

1. COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA

1.1. DISPOSICIONES GENERALES

1.1.2. Decretos Forales

DECRETO FORAL 46/2013, de 31 de julio, por el que se establecen la estructura y el currículo del título de Técnico Superior en Comercio Internacional, en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1

La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, ha permitido avanzar en la definición de un Catálogo Nacional de Cualificaciones que ha delineado, para cada sector o Familia Profesional, un conjunto de cualificaciones, organizadas en tres niveles, que constituyen el núcleo del currículo de los correspondientes títulos de Formación Profesional.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, regula la organización y los principios generales de estructura y ordenación de las enseñanzas profesionales dentro del sistema educativo, articulando el conjunto de las etapas, niveles y tipos de enseñanzas en un modelo coherente en el que los ciclos formativos cumplen importantes funciones ligadas al desarrollo de capacidades profesionales, personales y sociales, situadas, esencialmente, en los ámbitos de la cualificación profesional, la inserción laboral y la participación en la vida adulta.

La Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, establece como objetivo de la misma en relación con la formación profesional el facilitar la adecuación constante de la oferta formativa a las competencias profesionales demandadas por el sistema productivo y la sociedad, mediante un sistema de ágil actualización y adaptación de los títulos de formación profesional. Así mismo, señala la necesidad de que la administración educativa adopte iniciativas para adecuar la oferta de formación profesional a las necesidades de la sociedad y de la economía en el ámbito territorial correspondiente. Por otra parte, modifica el artículo 41 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, donde se regulan los requisitos necesarios para el acceso a las enseñanzas de formación profesional en los ciclos de grado medio y grado superior.

Mediante este decreto foral se establecen la estructura y el currículo del ciclo formativo de grado superior que permite la obtención del título de Técnico Superior en Comercio Internacional. Este currículo desarrolla el Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas, en aplicación del artículo 8 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, y en ejercicio de las competencias que en esta materia tiene la Comunidad Foral de Navarra, reconocidas en el artículo 47 de la Ley Orgánica 13/1982, de 10 de agosto, de Reintegración y Amejoramiento del Régimen Foral de Navarra.

Por otro lado, el Decreto Foral 54/2008, de 26 de mayo, por el que se regula la ordenación y desarrollo de la formación profesional en el sistema educativo en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra, ha definido un modelo para el desarrollo del currículo de los títulos de formación profesional, modelo que introduce nuevos aspectos estratégicos y normativos que favorecen una mejor adaptación a la empresa, una mayor flexibilidad organizativa de las enseñanzas, un aumento de la autonomía curricular de los centros y una más amplia formación al alumnado.

Por ello, la adaptación y desarrollo del currículo del título de Técnico Superior en Comercio Internacional a la Comunidad Foral de Navarra responde a las directrices de diseño que han sido aprobadas por el citado Decreto Foral 54/2008, de 26 de mayo.

2

En esta regulación se contemplan los siguientes elementos que configuran el currículo de este título: referente profesional, currículo, organización y secuenciación de enseñanzas, accesos y condiciones de implantación.

El referente profesional de este título, planteado en el artículo 3 y desarrollado en el Anexo 1 de esta norma, consta de dos aspectos básicos: el perfil profesional del titulado y el entorno del sistema productivo en el que este va a desarrollar su actividad laboral. Dentro del perfil profesional se define cuál es su competencia general y se relacionan las cualificaciones profesionales que se han tomado como referencia. Estas cualificaciones profesionales, Gestión administrativa y financiera del comercio internacional, regulada por el Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero, así como las cualificaciones incompletas, Marketing y compraventa internacional, Organización del transporte y la distribución y Organización y gestión de almacenes, todas ellas reguladas mediante el Real Decreto

109/2008, de 1 de febrero, y Gestión comercial y financiera del transporte por carretera, regulada mediante el Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre, configuran un espacio de actuación profesional definido por el conjunto de las competencias en las que se desglosa, que tiene, junto con los módulos profesionales soporte que se han añadido, la amplitud suficiente y la especialización necesaria para garantizar la empleabilidad de este técnico superior.

En lo concerniente al sistema productivo se establecen algunas indicaciones, con elementos diferenciales para Navarra, sobre el contexto laboral y profesional en el que este titulado va a desempeñar su trabajo. Este contexto se concibe en un sistema con, al menos, dos dimensiones complementarias. La primera de ellas de carácter geográfico, en la que su actividad profesional está conectada con otras zonas, nacionales e internacionales, de influencia recíproca. La segunda es de tipo temporal e incorpora una visión prospectiva que orienta sobre la evolución de la profesión en el futuro.

3

El artículo 4, con el Anexo 2 que está asociado al mismo, trata el elemento curricular de la titulación que se regula en Navarra y se divide en dos partes. Por un lado se encuentran los objetivos de este título y por otro el desarrollo y duración de los diferentes módulos profesionales que constituyen el núcleo del aprendizaje de la profesión. En cuanto a la definición de la duración se utilizan dos criterios, el número de horas y el número de créditos europeos (ECTS). El primero tiene su interés para organizar la actividad formativa y el segundo es un criterio estratégico relacionado con la movilidad en el espacio europeo y con la convalidación recíproca entre enseñanzas universitarias y ciclos formativos superiores de formación profesional. El currículo de todos los módulos profesionales dispone de un apartado con orientaciones didácticas que conciernen al enfoque, la coordinación y secuenciación de módulos y a la tipología y definición de unidades de trabajo y actividades de enseñanza-aprendizaje.

4

En el ámbito de esta norma se regula una secuenciación de referencia de los módulos en los dos cursos del ciclo y la división de cada módulo profesional en unidades formativas. Esta división permite abordar otras ofertas de formación profesional dirigidas al perfeccionamiento de trabajadores o al diseño de itinerarios en los que se integre el procedimiento de evaluación y reconocimiento de la competencia con la propia oferta formativa. El artículo 5, junto con el Anexo 3, desarrollan este elemento.

5

Respecto a los accesos y convalidaciones, el artículo 6 regula los accesos a este ciclo formativo desde el Bachillerato, el artículo 7 define el acceso a otros estudios una vez finalizado el ciclo formativo del título de Técnico Superior en Comercio Internacional, el artículo 8 define el marco de regulación de convalidaciones y exenciones, y el artículo 9, desarrollado en el Anexo 5, establece la correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia de las cualificaciones implicadas en este título para su acreditación, convalidación o exención.

6

Finalmente, el último elemento que regula este decreto foral es el descrito en los artículos 10 y 11, con sus respectivos Anexos 6 y 7, que tratan sobre las condiciones de implantación de este ciclo formativo. Estas condiciones hacen referencia al perfil del profesorado y a las características de los espacios y equipamientos que son necesarios.

En su virtud, a propuesta del Consejero de Educación y de conformidad con la decisión adoptada por el Gobierno de Navarra en sesión celebrada el día treinta y uno de julio de dos mil trece,

DECRETO:

Artículo 1. Objeto.

El presente decreto foral tiene por objeto el establecimiento de la estructura y el currículo oficial del título de Técnico Superior en Comercio Internacional, correspondiente a la Familia Profesional de Comercio y Marketing en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra.

Artículo 2. Identificación.

El título de Técnico Superior en Comercio Internacional queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Comercio Internacional.
- Nivel: 3-Formación Profesional de Grado Superior.

- c) Duración: 2000 horas.
- d) Familia Profesional: Comercio y Marketing.
- e) Referente europeo: CINE - 5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

Artículo 3. Referente profesional y ejercicio profesional.

El perfil profesional del título, la competencia general, las cualificaciones y unidades de competencia, las competencias profesionales, personales y sociales, así como la referencia al sistema productivo, su contextualización en Navarra y su prospectiva, se detallan en el Anexo 1 del presente decreto foral, de conformidad con lo establecido en el artículo 21 del Decreto Foral 54/2008, de 26 de mayo, por el que se regula la ordenación y desarrollo de la formación profesional en el sistema educativo en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra.

Artículo 4. Currículo.

1. Los objetivos generales del ciclo formativo de Comercio Internacional y los módulos profesionales que lo componen quedan recogidos en el Anexo 2 del presente decreto foral.

2. Los centros educativos de formación profesional en los que se imparta este ciclo formativo elaborarán una programación didáctica para cada uno de los distintos módulos profesionales que constituyen las enseñanzas del mismo. Dicha programación será objeto de concreción a través de las correspondientes unidades de trabajo que la desarrollen.

Artículo 5. Módulos profesionales y unidades formativas.

1. Los módulos profesionales que componen este ciclo formativo quedan desarrollados en el Anexo 2 B) del presente decreto foral, de conformidad con lo previsto en el artículo 10 del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas.

2. Dichos módulos profesionales se organizarán en dos cursos académicos, según la temporalización establecida en el Anexo 2 B) del presente decreto foral. De acuerdo con la regulación contenida en el artículo 16.2 del Decreto Foral 54/2008, de 26 de mayo, dicha temporalización tendrá un valor de referencia para todos los centros que impartan este ciclo formativo y cualquier modificación de la misma deberá ser autorizada por el Departamento de Educación.

3. Con el fin de promover la formación a lo largo de la vida, la impartición de los módulos profesionales se podrá organizar en las unidades formativas establecidas en el Anexo 3 de este decreto foral. Los contenidos de las unidades formativas en que se divide cada módulo profesional deberán incluir todos los contenidos de dicho módulo.

4. La certificación de cada unidad formativa tendrá validez únicamente en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra. La superación de todas las unidades formativas pertenecientes a un mismo módulo dará derecho a la certificación del módulo profesional correspondiente, con validez en todo el territorio nacional, siempre que se cumplan los requisitos académicos de acceso al ciclo formativo.

Artículo 6. Accesos al ciclo formativo.

1. El acceso al ciclo formativo objeto de regulación en el presente decreto foral requerirá el cumplimiento de las condiciones establecidas en el artículo 18 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.

2. Tendrán preferencia para acceder a este ciclo formativo aquellos alumnos que hayan cursado la modalidad de Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales, tal y como se establece en el artículo 13 del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre.

Artículo 7. Accesos desde el ciclo a otros estudios.

1. El título de Técnico Superior en Comercio Internacional permite el acceso directo a cualquier otro ciclo formativo de grado superior, en las condiciones de admisión que se establezcan.

2. El título de Técnico Superior en Comercio Internacional permite el acceso directo a las enseñanzas conducentes a los títulos universitarios de grado en las condiciones de admisión que se establezcan.

3. De acuerdo con el artículo 14.3 del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, y a efectos de facilitar el régimen de convalidaciones, en el marco de la norma que regule el reconocimiento de créditos entre los títulos de técnico superior de la formación profesional y las enseñanzas universitarias de grado, se han asignado 120 créditos ECTS a las enseñanzas establecidas en este decreto foral, distribuidos entre los módulos profesionales de este ciclo formativo.

Artículo 8. Convalidaciones y exenciones.

1. Las convalidaciones entre módulos profesionales de títulos de formación profesional establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, y los módulos profesionales del título cuya estructura y desarrollo del currículo se establece en este decreto foral son las que se indican en el Anexo 4.

2. Respecto a las convalidaciones y exenciones de los módulos profesionales con otros módulos profesionales, así como con unidades de competencia, y con las enseñanzas de la educación superior se estará a lo

establecido en el artículo 15 Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, y a lo preceptuado en el artículo 38 del Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio.

Artículo 9. Correspondencia de módulos profesionales con las unidades de competencia.

1. La correspondencia de las unidades de competencia acreditadas de acuerdo a lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, con los módulos profesionales que forman las enseñanzas del título de Técnico Superior en Comercio Internacional para su convalidación o exención queda determinada en el Anexo 5 A) de este decreto foral.

2. Así mismo, la correspondencia entre los módulos profesionales que forman las enseñanzas del mismo título con las unidades de competencia para su acreditación queda determinada en el Anexo 5 B) de este decreto foral.

Artículo 10. Profesorado.

1. La atribución docente de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde al profesorado de los cuerpos de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, de Profesores de Enseñanza Secundaria y de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el Anexo 6 A) de este decreto foral.

2. Las titulaciones requeridas al profesorado de los cuerpos docentes, con carácter general, son las establecidas en el artículo 13 del Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de ingreso, accesos y adquisición de nuevas especialidades en los cuerpos docentes a que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, y se regula el régimen transitorio de ingreso a que se refiere la disposición transitoria decimoséptima de la citada ley orgánica. Las titulaciones equivalentes, a efectos de docencia, a las anteriores, para las distintas especialidades del profesorado, son las recogidas en el Anexo 6 B) del presente decreto foral.

3. Las titulaciones requeridas al profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras Administraciones distintas de las educativas para la impartición de los módulos profesionales que formen el título, se concretan en el Anexo 6 C) del presente decreto foral.

Artículo 11. Espacios y equipamientos.

1. Los espacios necesarios para el desarrollo de las enseñanzas de este ciclo formativo son los establecidos en el Anexo 7 de este decreto foral.

2. Los espacios dispondrán de la superficie necesaria y suficiente para desarrollar las actividades de enseñanza que se deriven de los resultados de aprendizaje de los módulos profesionales que se imparten en cada uno de los espacios. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) La superficie se establecerá en función del número de personas que ocupen el espacio formativo y deberá permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza-aprendizaje con la ergonomía y la movilidad requeridas dentro del mismo.

b) Deberán cubrir la necesidad espacial de mobiliario, equipamiento e instrumentos auxiliares de trabajo.

c) Deberán respetar los espacios o superficies de seguridad que exijan las máquinas y equipos en funcionamiento.

d) Respetarán la normativa sobre prevención de riesgos laborales, la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo y cuantas otras normas sean de aplicación.

3. Los espacios formativos establecidos podrán ser ocupados por diferentes grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, o etapas educativas.

4. Los diversos espacios formativos identificados no deben diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

5. Los equipamientos que se incluyen en cada espacio han de ser los necesarios y suficientes para garantizar la adquisición de los resultados de aprendizaje y la calidad de la enseñanza a los alumnos. Además deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) El equipamiento (equipos, máquinas, etc) dispondrá de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento, cumplirá con las normas de seguridad y prevención de riesgos y con cuantas otras sean de aplicación.

b) La cantidad y características del equipamiento deberá estar en función del número de alumnos y permitir la adquisición de los resultados de aprendizaje, teniendo en cuenta los criterios de evaluación y los contenidos que se incluyen en cada uno de los módulos profesionales que se impartan en los referidos espacios.

6. El Departamento de Educación velará para que los espacios y el equipamiento sean los adecuados en cantidad y características para el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje que se derivan de los resultados de aprendizaje de los módulos correspondientes, y para que se ajusten a las demandas que plantea la evolución de las enseñanzas, garantizando así la calidad de las mismas.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Disposición adicional primera.–Equivalencias del título.

1. De conformidad con la disposición adicional tercera del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, los títulos Técnico Especialista que se relacionan a continuación tendrán los mismos efectos académicos y profesionales que el título de Técnico Superior en Comercio Internacional cuyo currículo se regula en este decreto foral.

a) Técnico Especialista en Comercio Exterior y Transportes, rama Administrativa y Comercial.

b) Técnico Especialista en Comercio Exterior, rama Administrativa y Comercial.

2. Así mismo, el título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado en el Decreto Foral 152/1996, de 18 de marzo, tendrá los mismos efectos académicos y profesionales que el título Técnico Superior en Comercio Internacional cuyo currículo se regula en este decreto foral.

Disposición adicional segunda.–Otras capacitaciones profesionales.

El módulo profesional de Formación y orientación laboral capacita para llevar a cabo responsabilidades profesionales equivalentes a las que precisan las actividades de nivel básico en prevención de riesgos laborales, establecidas en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención, siempre que tenga al menos 45 horas lectivas, conforme a lo previsto en el apartado 3 de la disposición adicional tercera del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Disposición transitoria única.–Proceso de transición y derechos del alumnado del título anterior.

Quienes no hubieran completado las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional establecido en el Decreto Foral 152/1996, de 18 de marzo, dispondrán de un periodo transitorio para la obtención del mismo. El Departamento de Educación de la Comunidad Foral de Navarra facilitará los procedimientos de obtención de dicho título en el marco regulador que, a tales efectos, se establezca.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Disposición derogatoria única.–Derogación de otra normativa.

1. Queda derogado el Decreto Foral 152/1996, de 18 de marzo, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional en el ámbito de la Comunidad Foral de Navarra, sin perjuicio de lo dispuesto en la disposición transitoria del presente decreto foral.

2. Quedan derogadas todas y cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en este decreto foral.

DISPOSICIONES FINALES

Disposición final primera.–Implantación.

El Departamento de Educación de la Comunidad Foral de Navarra podrá implantar, en cualquiera de las modalidades de oferta establecidas en el artículo 5 del Decreto Foral 54/2008, de 26 de mayo, el currículo objeto de regulación en el presente decreto foral a partir del curso escolar 2013/2014.

Disposición final segunda.–Entrada en vigor.

El presente decreto foral entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Navarra.

Pamplona, 31 de julio de 2013.–La Presidenta del Gobierno de Navarra, Yolanda Barcina Angulo.–El Consejero de Educación, José Iribas Sánchez de Boado.

ANEXO 1

*Referente Profesional**A) Perfil Profesional*

a) Perfil profesional.

El perfil profesional del título de Técnico Superior en Comercio Internacional queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

b) Competencia general.

La competencia general de este título consiste en planificar y gestionar los procesos de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, aplicando la legislación vigente, en el marco de los objetivos y procedimientos establecidos.

c) Cualificaciones y unidades de competencia.

Las cualificaciones y unidades de competencia incluidas en el título de Técnico Superior en Comercio Internacional son las siguientes:

Cualificación profesional completa:

COM086–3: Gestión administrativa y financiera del comercio internacional, que comprende las siguientes unidades de competencia:

–UC0242–3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías.

–UC0243–3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios.

–UC0244–3: Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales.

–UC1010–3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

Cualificaciones profesionales incompletas:

COM316–3: Marketing y compraventa internacional, que incluye las siguientes unidades de competencia:

–UC1007–3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.

–UC1008–3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional.

–UC1009–3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacionales de productos y servicios.

COM317–3: Organización del transporte y la distribución, que incluye la siguiente unidad de competencia:

–UC1013–3: Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia.

COM318–3: Organización y gestión de almacenes, que incluye las siguientes unidades de competencia:

–UC1014–3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.

–UC1015–2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

COM442–3: Gestión comercial y financiera del transporte por carretera, que incluye la siguiente unidad de competencia:

–UC1423–3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.

d) Competencias profesionales, personales y sociales:

1) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.

2) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados internacionales, aplicando las técnicas adecuadas, y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en las operaciones de compraventa internacional.

3) Tomar decisiones sobre la entrada de los productos de una empresa en el mercado exterior, seleccionando las políticas de producto, precio, comunicación y distribución más adecuadas para la entrada en dichos mercados.

4) Elaborar un plan de marketing, seleccionando la información de base o briefing de productos, analizando las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el marketing mix internacional para la entrada en mercados exteriores.

5) Identificar y contactar con clientes y proveedores, gestionando los contratos mercantiles internacionales y controlando y supervisando el desarrollo y evolución de las ventas, para asegurarse del cumplimiento de las condiciones contractuales pactadas.

6) Realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación e introducción y expedición de mercancías.

7) Realizar la gestión financiera de las operaciones de comercio internacional, determinando los costes y gestionando la cobertura adecuada de los riesgos que se generan, para garantizar su viabilidad económica, desarrollar el proceso de forma segura para la empresa y elaborar la documentación necesaria para la obtención de créditos vinculados a las operaciones de compraventa y a proyectos y licitaciones internacionales, aplicando la normativa vigente.

8) Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con procedimientos establecidos.

9) Realizar las gestiones administrativas que garanticen el tránsito o transporte internacional de las mercancías y/o de viajeros entre distintos países y modos de transporte, y controlar los documentos que se exigen en cada caso, comprobando que se ajustan a la normativa vigente aplicable y las especificaciones recibidas.

10) Gestionar los medios de cobro y pago y las garantías y avales internacionales cumplimentando y analizando la documentación necesaria de acuerdo con las condiciones establecidas en los contratos mercantiles internacionales basados en la normativa internacional vigente.

11) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones de comercio internacional.

12) Utilizar Internet y cualquier otro sistema digital, como plataforma publicitaria y escaparate abierto al mundo que facilita la realización de ventas a cualquier cliente nacional o internacional.

13) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

14) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

15) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

16) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

17) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

18) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de "diseño para todos", en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

19) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

20) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

B) Sistema Productivo

a) Entorno profesional y laboral.

Este profesional ejerce su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización, gestión y asesoramiento de actividades de comercio internacional.

Se trata de personas trabajadoras por cuenta propia que gestionan su empresa, realizando actividades de comercio internacional, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en el departamento de comercio internacional dentro de los subsectores de:

–Industria, comercio y agricultura, en el departamento de comercio internacional.

–Entidades financieras y de seguros, en el departamento exterior.

–Empresas intermediarias en el comercio internacional, como agencias transitorias, agencias comerciales, empresas consignatarias, agencias de aduanas y empresas de asesoramiento comercial y jurídico, entre otras.

–Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.

–Empresas de logística y transporte.

–Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

–Técnico en comercio exterior.

–Técnico de operaciones exteriores de entidades financieras y de seguros.

–Técnico en administración de comercio internacional.

–Asistente o adjunto de comercio internacional.

–Agente de comercio internacional.

–Técnico de marketing internacional.

–Técnico de marketing digital internacional.

–Técnico de venta internacional.

–Asistente al departamento de operaciones comerciales internacionales.

–Transitario.

–Consignatario de buques.

–Operador logístico.

–Jefe de almacén.

–Técnico en logística del transporte.

–Coordinador logístico.

–Técnico en logística inversa.

b) Contexto territorial de Navarra.

El sector económico exterior de Navarra goza de un posicionamiento sólido, de manera que la Comunidad Foral cuenta con una de las economías autonómicas más internacionalizadas de España.

El actual fenómeno de la globalización adquiere una de sus manifestaciones más intensas en la actividad comercial, por lo que la internacionalización en este terreno se ha convertido hoy en una auténtica necesidad, hasta el punto de que la capacidad para internacionalizar su actividad se ha convertido en una de las principales medidas de la fortaleza de las empresas. Además, la diversificación de mercados garantiza en buena medida la reducción del riesgo de las empresas ante las caídas locales de la demanda.

De forma coherente con esta situación, los Planes de Internacionalización de Navarra incluyen entre sus ejes fundamentales el Plan de Internacionalización de la Empresa Navarra, cuyo objetivo es promover la apertura de las empresas a los mercados internacionales, tanto tradicionales como nuevos. Estas actuaciones también están en línea con iniciativas como el programa COSME (2014-2020) de la Unión Europea, uno de cuyos objetivos primordiales es ayudar a las PYMES a emprender fuera de sus fronteras y facilitar su acceso a los mercados.

Así pues, la actual coyuntura económica remarca la importancia de la internacionalización de las empresas, un proceso que ha adquirido carácter irreversible. Paralelamente, es muy difícil que las empresas puedan abrirse al exterior si no cuentan con profesionales debidamente formados que puedan conducir estos procesos. Por todo ello, este currículo pretende adecuarse a las necesidades emergentes de formación en el sector y prueba de ello es la importancia que se ha prestado al tratamiento de los idiomas en el mismo.

c) Prospectiva.

El sector del comercio internacional contribuye notablemente al crecimiento del PIB del país, existiendo una relación directa entre comercio y desarrollo. Durante los últimos años se ha producido un significativo incremento de empresas que han iniciado un proceso de internacionalización, que se ha generalizado a prácticamente todos los sectores productivos, provocando así una mayor demanda de trabajadores con una adecuada formación en comercio internacional.

En los próximos años las empresas se enfrentarán al reto de una globalización económica, que dará como resultado nuevas oportunidades y amenazas de negocio y que solo las empresas que estén mejor preparadas sabrán afrontar con éxito.

Las funciones de este técnico en el puesto de trabajo estarán afectadas de forma considerable por la aplicación generalizada de las nuevas tecnologías en las tareas administrativas y de gestión de actividades, que se aplican fundamentalmente a:

–Los procesos de planificación, organización, gestión y control de las actividades de comercio internacional.

–Los procesos de gestión administrativa del comercio internacional.

–Los procesos de comercialización de los productos y servicios.

–La comunicación con el cliente.

–El tratamiento y análisis de la información recibida.

–El control de calidad de los servicios prestados.

–Los métodos de organización del trabajo.

Los cambios tecnológicos de carácter digital que se han producido en los últimos años a nivel mundial, principalmente en el ámbito de las telecomunicaciones con la generalización del uso de Internet, ha provocado un flujo adicional de información que debe ser aprovechado por las empresas para generar valor añadido en la calidad de los productos y servicios ofrecidos, así como una mayor eficacia en su relación con otras empresas y/o clientes, entre las que se pueden mencionar:

–El uso generalizado de Internet para realizar comunicaciones y gestiones vía correo electrónico.

–El uso de medios de comunicación seguros para realizar transacciones comerciales y gestión de documentos de forma fiable, segura y confidencial.

En consecuencia, el perfil profesional del título dentro del sector del comercio internacional marca una evolución hacia aquellas competencias que no solo aporten al sector eficiencia técnica y económica, sino que también logren el desarrollo sostenible y un comercio justo, transparente y equitativo.

ANEXO 2

Currículo

A) Objetivos generales del Ciclo Formativo

a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes comerciales, aplicando técnicas estadísticas a la información disponible en un SIM, configurando dicho sistema de información de mercados y obteniendo y analizando la información nece-

saría para la toma de decisiones en la actividad comercial de la empresa en el exterior.

c) Elaborar y analizar las políticas de producto, precio, comunicación y distribución, seleccionando las más adecuadas para la toma de decisiones sobre la entrada de los productos de una empresa de mercados exteriores.

d) Seleccionar la información de base o briefing de productos, analizando las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el marketing mix internacional, para la elaboración de un plan de marketing.

e) Consultar bases de datos y publicaciones y utilizar medios y sistemas de comunicación, valorando los diferentes factores de riesgo, para identificar y contactar con clientes y proveedores.

f) Participar en las diferentes fases que definen un acuerdo contractual de carácter internacional, realizando ofertas, identificando la normativa de contratación internacional y formalizando los documentos necesarios, para gestionar los contratos mercantiles internacionales.

g) Identificar la normativa aplicable, los organismos e instituciones competentes y los trámites y gestiones que se requieren para el tránsito internacional de mercancías, elaborando la documentación necesaria para realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación, e introducción y expedición de mercancías.

h) Obtener información, gestionar los trámites y cumplimentar la documentación necesaria para la obtención de créditos vinculados a las operaciones de importación/exportación y proyectos internacionales, determinando y gestionando los riesgos y costes financieros asociados, para realizar la gestión financiera de las operaciones de compraventa internacional, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

i) Interpretar la normativa, identificar los trámites y preparar la documentación necesaria para la financiación de proyectos y para la participación en concursos y licitaciones internacionales.

j) Analizar los procesos de almacenaje y los métodos de gestión de stocks aplicables en la organización de un almacén, valorando la distribución interna y el sistema de manipulación de las mercancías, aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, garantizando su integridad y optimizando los recursos disponibles, para organizar el almacenaje de las mercancías.

k) Analizar y comparar los distintos modos de transporte, los costes, la protección física de la mercancía y la documentación de tránsito internacional, proponiendo alternativas y respetando la normativa que rige el envío de mercancías y el tránsito de viajeros, para realizar la planificación de rutas de larga distancia.

l) Identificar y determinar los documentos y los trámites necesarios, interpretando la legislación vigente, para gestionar los medios de cobro y pago y las garantías y avales internacionales.

m) Gestionar en inglés las relaciones derivadas del comercio internacional tanto con clientes como con proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y con todos los operadores que intervienen en operaciones internacionales.

n) Emplear las herramientas más características de Internet y de otros sistemas digitales para dar a conocer la empresa internacionalmente, vender a través de tienda virtual y gestionar la facturación electrónica de las ventas internacionales realizadas.

ñ) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.

o) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.

p) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.

q) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.

r) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

s) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

t) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".

u) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

v) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

w) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

B) Módulos Profesionales

a) Denominación, duración y secuenciación

Se relacionan los módulos profesionales del Técnico Superior en Comercio Internacional con detalle de su denominación, duración y distribución temporal.

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	HORAS TOTALES	CLASES SEMANALES	CURSO
0623	Gestión económica y financiera de la empresa	190	6	1.º
0625	Logística de almacenamiento	130	4	1.º
0822	Sistema de información de mercados	60	2	1.º
0823	Marketing internacional	160	5	1.º
0825	Financiación internacional	130	4	1.º
0827(3)	Comercio digital internacional	60	2	1.º
0179a(1)	Inglés	130	4	1.º
NA19(1)(2)	NA19a Segunda lengua extranjera I	100	3	1.º
	NA19b Segunda lengua extranjera I	40	2	2.º
0622	Transporte internacional de mercancías	130	6	2.º
0627	Gestión administrativa del comercio internacional	150	7	2.º
0824(3)	Negociación internacional	110	5	2.º
0826	Medios de pago internacionales	90	4	2.º
0179b(1)	Inglés	70	3	2.º
0829	Formación y orientación laboral	70	3	2.º
0828	Proyecto de comercio internacional	30	En horario de empresa	2.º
0830	Formación en centros de trabajo	350	En horario de empresa	2.º

(1) Los módulos 0179 y NA19 se encuentran divididos por razones pedagógicas y organizativas en dos bloques formativos.

(2) Módulo obligatorio en la Comunidad Foral Navarra.

(3) El módulo 0827.Comercio digital internacional y el módulo 0824.Negociación internacional se imparten en inglés para dar respuesta a las demandas de este perfil profesional.

b) Desarrollo de Módulos Profesionales

Módulo Profesional: Gestión económica y financiera de la empresa.

Equivalencia en créditos ECTS: 12.

Código: 0623.

Duración: 190 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Recopila información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha evaluado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.

b) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración, para tener éxito en la actividad emprendedora.

c) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.

d) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa: económico, social, demográfico y cultural.

e) Se han evaluado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales.

f) Se ha reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.

g) Se han identificado prácticas que incorporan valores éticos y sociales.

h) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme.

2. Establece la forma jurídica de la empresa, ajustándose a la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han evaluado las distintas formas jurídicas de las empresas.
 - b) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa, derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
 - c) Se ha obtenido información sobre las posibles ayudas y subvenciones oficiales para la creación de una empresa.
 - d) Se ha seleccionado, a partir de un estudio comparativo, la forma jurídica más adecuada, valorando los costes, la responsabilidad y las obligaciones jurídicas.
 - e) Se han determinado los trámites jurídicos y administrativos que hay que realizar para la constitución de la empresa, a partir de la información obtenida en las administraciones y organismos competentes.
 - f) Se han determinado los trámites administrativos, autorizaciones, licencias y, en su caso, capacitación profesional que se requieren para la puesta en marcha de una empresa.
 - g) Se han identificado las obligaciones laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
 - h) Se han analizado las funciones de los sindicatos, comités de empresa, representantes de personal, inspectores de trabajo y otras instituciones sociales que intervienen en el sector correspondiente.
 - i) Se han analizado las situaciones de insolvencia, quiebra, suspensión de pagos y el procedimiento de concurso de acreedores en casos de insolvencia, así como la responsabilidad del empresario.
3. Organiza los trámites para la obtención de los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.
 - b) Se ha obtenido información sobre los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y demás operaciones de la empresa.
 - c) Se ha analizado la información sobre el procedimiento, requisitos, garantías y documentación que se exige para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.
 - d) Se han calculado los costes y se han analizado los requisitos y garantías exigidos, en las operaciones de leasing y renting, para la compra de vehículos y otros inmovilizados.
 - e) Se han diferenciado los conceptos de interés nominal e interés efectivo y la tasa anual equivalente (TAE), tanto en inversiones como en instrumentos financieros (préstamos y créditos).
 - f) Se han calculado los costes y las cuotas de amortización de un préstamo, mediante los sistemas de amortización más utilizados.
 - g) Se ha seleccionado la alternativa financiera más ventajosa para la adquisición de vehículos, maquinaria y otros activos en función de costes, riesgos y garantías.
 - h) Se ha analizado el procedimiento y las condiciones para solicitar los avales, fianzas y garantías bancarias que se requieren para realizar determinadas operaciones de transporte especial.
 - i) Se han utilizado hojas de cálculo para analizar, mediante las funciones oportunas, diferentes operaciones financieras.
4. Determina las formalidades para la compraventa y/o el alquiler de los vehículos y otros activos, analizando las necesidades de inversiones y suministros y los recursos financieros necesarios.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las necesidades de vehículos, instalaciones, maquinaria y otros activos, y los suministros necesarios en las empresas.
- b) Se han analizado las diferencias fundamentales entre la compraventa o el alquiler de vehículos, maquinaria e inmovilizados necesarios para el ejercicio de la actividad.
- c) Se han identificado las variables de un plan de inversión, diferenciando la financiación propia y ajena, y la recuperación de las inversiones a corto y a largo plazo.
- d) Se han determinado las necesidades de suministros y servicios de mantenimiento y repuestos, así como los costes que se derivan de los distintos sistemas de aprovisionamiento.
- e) Se han evaluado diferentes planes de inversión a partir de los costes y la previsión de ingresos.
- f) Se han analizado las ventajas y los inconvenientes de los mercados de primera y segunda mano, de alquiler de vehículos y otros activos.
- g) Se ha contactado vía online y offline con diferentes proveedores y suministradores potenciales y se ha solicitado la presentación de ofertas y presupuestos de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- h) Se han evaluado las diferentes alternativas para la adquisición y renovación de vehículos, maquinaria e instalaciones, a partir del análisis comparativo de los presupuestos de compra y condiciones de pago.

- i) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la gestión de compras.

5. Elabora facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos y de los servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las normas mercantiles y fiscales y los usos del comercio que regulan la facturación de productos y/o servicios, incluyendo la facturación electrónica.
 - b) Se han identificado los impuestos que gravan los servicios de transporte y los tipos de gravamen aplicables en cada caso.
 - c) Se han interpretado los aspectos del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las obligaciones establecidas para la facturación de productos y/o servicios nacionales e internacionales.
 - d) Se ha realizado la facturación de la venta de productos y/o la prestación de servicios, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.
 - e) Se han analizado las características, los costes de gestión de cobro y negociación y los riesgos de los diferentes medios de pago o cobro.
 - f) Se han gestionado los impagados de clientes, cumpliendo los requisitos y plazos contemplados en la normativa vigente.
 - g) Se han supervisado las condiciones de pago y cobro de las operaciones en divisas.
6. Gestiona el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente, y los principios y normas del Plan General Contable.

Criterios de evaluación:

- a) Se han diferenciado las distintas partidas del balance, analizando su relación funcional: activo (fijo y circulante), pasivo (fijo y circulante) y patrimonio neto.
 - b) Se han diferenciado los conceptos de inversión, gasto, pago, ingreso y cobro.
 - c) Se han registrado las operaciones realizadas y se ha calculado el resultado, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable.
 - d) Se ha determinado la amortización de los vehículos y demás elementos del inmovilizado, de acuerdo con la normativa fiscal vigente y el Plan General Contable.
 - e) Se han elaborado las cuentas anuales de acuerdo con del Plan General Contable para las pymes.
 - f) Se han identificado las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación y gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
 - g) Se han establecido las gestiones que se han de realizar para la liquidación del Impuesto de Circulación de Vehículos, interpretando la normativa que lo regula.
 - h) Se han identificado los impuestos sobre determinados vehículos, así como las tasas, cánones y derechos de uso que hay que pagar por la utilización de determinadas infraestructuras.
 - i) Se han determinado las obligaciones fiscales relativas a los impuestos que gravan los beneficios, en función de la forma jurídica de la empresa: IRPF e Impuesto de Sociedades.
- j) Se ha utilizado una aplicación informática de contabilidad.
7. Determina la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponible.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado e interpretado la información contable y los estados financieros para la toma de decisiones empresariales.
- b) Se han empleado las aplicaciones y utilidades de la información contable y los estados financieros para una gestión eficaz de la empresa.
- c) Se han valorado las relaciones del equilibrio necesarias entre las inversiones realizadas y los recursos financieros propios y ajenos, diferenciando entre la financiación básica y la del circulante.
- d) Se han aplicado los métodos más habituales para la evaluación de la rentabilidad de inversiones: tasa interna de rentabilidad (TIR), valor actual neto (VAN) y tasa de retorno.
- e) Se ha calculado el valor de adquisición, vida útil, valor actual, valor de reposición y valor residual de los elementos del inmovilizado.
- f) Se han calculado los flujos de tesorería o cash-flow y el período medio de maduración.
- g) Se ha calculado el punto muerto o umbral de rentabilidad.
- h) Se han calculado los principales ratios e indicadores financieros para analizar los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados.
- i) Se han utilizado hojas de cálculo para la determinación de los diferentes ratios financieros y para el cálculo de la rentabilidad de la empresa.

Contenidos.

Recopilación de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas:

- Plan de empresa: la idea de negocio.
- Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación.
- Funciones básicas de la empresa.
- La empresa como sistema.
- Análisis del entorno general y específico de una pyme.
- Relaciones de la pyme con su entorno.
- Relaciones de la pyme con el conjunto de la sociedad.
- Establecimiento de la forma jurídica de una empresa:
 - La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
 - Sociedades civiles y comunidades de bienes.
 - La sociedad mercantil. Tipos de sociedades.
 - Sociedad anónima, sociedad limitada y otras.
 - Sociedades laborales: anónima y limitada.
 - Cooperativas de trabajo asociado y cooperativas de transporte.
 - Organismos e instituciones con competencias en el ámbito del transporte.
 - Constitución y puesta en marcha de la empresa: requisitos, obligaciones formales y trámites que se deben realizar.
 - Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
 - Obligaciones fiscales y laborales de la empresa.
 - La suspensión de pagos. Contenido y efectos jurídicos.
 - La situación de quiebra. Presupuestos de quiebra y consecuencias jurídicas.
 - El concurso de acreedores en situaciones de insolvencia.
 - Responsabilidad del empresario en caso de insolvencia, quiebra o suspensión de pagos.
- Organización de los trámites para la obtención de recursos financieros:
 - Inversión y financiación: estructura económica y estructura financiera de la empresa.
 - Necesidades de inversión en la empresa.
 - Fuentes de financiación propia y ajena. Financiación interna y externa.
 - Relación entre las inversiones y los recursos financieros. Equilibrio financiero. Capital circulante o fondo de maniobra.
 - Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de la empresa.
 - Financiación a largo plazo. Productos financieros: préstamos y empréstitos, leasing y renting. Otras formas de financiación.
 - Negociación con las entidades financieras para la obtención de recursos financieros. Fianzas y garantías exigidas. Costes y riesgos financieros.
 - Financiación a corto plazo: créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales y factoring.
 - Manejo de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de los costes financieros y la amortización de préstamos y otros productos financieros.
- Formalidades y actuaciones para la compra y/o alquiler de vehículos y otros activos:
 - Determinación de las necesidades de equipamiento e inversión.
 - Gestión de compras y alquiler de vehículos y suministros.
 - Análisis y selección de inversiones. Decisión de compra o alquiler de vehículos y otros inmovilizados.
 - Búsqueda de proveedores y suministradores. Solicitud de ofertas y presupuestos.
 - Presupuestos y condiciones de compra y de alquiler: cantidad, calidad, precio, descuentos, plazos de entrega, impuestos, condiciones de pago y financiación.
 - Análisis comparativo y evaluación de alternativas.
 - Elaboración de documentos relativos a la compra y alquiler de vehículos y otros equipamientos, utilizando las herramientas informáticas adecuadas. Elaboración de contratos y formulación de pedidos.
 - Creación y mantenimiento de bases de datos de proveedores y suministradores: fichero maestro de proveedores, altas y bajas, introducción y actualización de datos.
 - Utilización de una aplicación informática de gestión de compras.
- Elaboración de facturas, recibos y documentos de cobro y pago:
 - Elaboración de presupuestos.
 - Facturación de servicios y devengo de facturas: características y requisitos legales, modelos y tipos de facturas, cumplimentación y expedición de facturas.

-Conservación y registro de facturas de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal.

- Fiscalidad de las operaciones de la empresa. Impuesto sobre el valor añadido (IVA) y otros tributos.
- Operaciones intracomunitarias: características y facturación de los productos y/o servicios.
- Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia bancaria, recibo normalizado, letra de cambio, tarjeta de crédito y pagaré, entre otros.
- Seguimiento y control de cobros y pagos: gestión de impagados, reclamaciones y renegociación de las condiciones de pago.
- Creación y mantenimiento de bases de datos de clientes.
- Manejo de una aplicación informática de facturación.
- Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas:
 - Obligaciones contables de la empresa. Normativa mercantil y fiscal.
 - El patrimonio de la empresa: activo, pasivo y patrimonio neto.
 - Las cuentas. Terminología, estructura y tipos.
 - Los libros contables y de registro.
 - El Plan General Contable para las pymes.
 - El ciclo contable. Anotaciones contables, amortizaciones y ajustes, cálculo del resultado y cierre del ejercicio.
 - Valoración del inmovilizado: amortización y deterioro de valor.
 - Las cuentas anuales.
 - El resultado del ejercicio.
 - El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
 - El Impuesto de Sociedades.
 - El Impuesto sobre el Valor Añadido.
 - El Impuesto de Circulación de Vehículos.
 - Los impuestos sobre determinados vehículos, peajes, tasas y cánones por la utilización de determinadas infraestructuras.
 - Manejo de una aplicación informática de contabilidad financiera para el registro contable y para la elaboración de las cuentas anuales.
- Determinación de la rentabilidad de las inversiones:
 - Interpretación y análisis de la información contable y económico-financiera de la empresa, aplicable a la gestión empresarial.
 - El punto muerto o umbral de rentabilidad.
 - Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad.
 - Período medio de maduración.
 - Equilibrios patrimoniales.
 - Análisis e interpretación de los resultados.
 - Análisis de estados financieros de la empresa.
 - Principales ratios financieros.
 - Análisis económico. Ratios de rentabilidad y eficiencia.
 - Flujos de tesorería o cash-flow.
 - Utilización de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios y para el análisis económico-financiero de la empresa.

Orientaciones didácticas.

El objetivo de este módulo es que el alumnado adquiera las competencias necesarias para llevar a cabo las actividades de recopilación y análisis de información, detección de oportunidades de creación de empresas y valoración del impacto en el entorno y elección de la forma jurídica de la empresa, incorporando valores éticos. Así mismo, se pretende que adquiera las destrezas para la elaboración de documentos, toma de decisiones y gestión contable y fiscal de la empresa, así como para la determinación de la rentabilidad y análisis de los datos económicos. Toda la formación se intentará organizar de manera que se estimule y fomente la creatividad del alumnado.

En cuanto a la secuenciación de los contenidos, se sugiere comenzar con las iniciativas empresariales e ideas de negocios, para continuar con la tipología de empresas según su forma jurídica, lo que se corresponde con los contenidos enunciados en los dos primeros bloques del apartado correspondiente.

A continuación, podrían plantearse la determinación de necesidad de equipamientos e inversiones, así como los diferentes recursos financieros (modos de financiación) posibles y búsqueda de proveedores y suministradores, lo que se relaciona con los bloques cuarto y tercero de contenidos.

Posteriormente se abordarían los tres bloques de contenidos restantes en la secuencia ya expuesta, es decir, la elaboración de documentos de cobro y pago, la gestión de contabilidad y tratamiento fiscal en las empresas y concluyendo con los análisis sobre la rentabilidad.

Para apoyar el tratamiento de los contenidos que hay que abordar en este módulo, se proponen a continuación una serie de actividades a desarrollar que podrían servir como referencia:

- Recopilación de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de negocios.

- Análisis de las funciones básicas de la empresa.
- Identificación de los principales componentes del entorno económico, social, demográfico y cultural, que rodea a la empresa.
- Selección de la forma jurídica más adecuada, valorando costes, responsabilidad y obligaciones jurídicas.
- Identificación de las obligaciones laborales y fiscales derivadas del ejercicio de la actividad económica de la empresa.
- Cálculo de los costes y las cuotas de amortización de un préstamo, mediante los sistemas de amortización más utilizados.
- Aplicación de programas informáticos de gestión de compras.
- Realización de la facturación de la venta de productos y/o la prestación de servicios, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.
- Registro de las operaciones realizadas por la empresa en el normal desarrollo de su actividad.
- Cálculo del resultado del ejercicio económico, de acuerdo con los principios generales y las normas de valoración del Plan General Contable.
- Análisis de los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados.
- Utilización de hojas de cálculo para la determinación de los diferentes ratios financieros y para el cálculo de la rentabilidad de la empresa.

Para el adecuado desarrollo de estas actividades sería conveniente disponer de un aula dotada con equipos informáticos que permitan al alumnado un trabajo activo directo, lo que supone contar también con el software apropiado para trabajar hojas de texto y de cálculo, así como disponer de acceso a Internet garantizado; sería interesante contar con el apoyo de una pizarra digital, proyector y pantalla.

Se sugiere contar con prensa escrita y digital como recurso didáctico. Se utilizará prensa escrita especializada, como revistas de empresas, y aquellas que editen organismos oficiales, tales como las Cámaras de Comercio regionales, INE, Ayuntamientos, etc. Así mismo, se puede contar con prensa digital, como las páginas oficiales de los mencionados organismos, y revistas digitales dedicadas a la empresa y a los negocios.

En la medida de lo posible, sería recomendable utilizar plataformas de contenidos que permitan al alumnado trabajar tanto en el aula como desde su casa.

Módulo Profesional: Logística de almacenamiento.

Código: 0625.

Equivalencia en créditos ECTS: 7.

Duración: 130 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Relaciona la normativa específica del almacenaje, reconociendo las normas de contratación y de tratamiento de mercancías especiales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las normas que reglamentan las actividades de almacenaje y distribución.
- b) Se ha aplicado la normativa en la cumplimentación del contrato de depósito.
- c) Se han caracterizado las normas nacionales e internacionales sobre el almacenaje de productos.
- d) Se han analizado los aspectos que caracterizan un depósito aduanero, una zona y depósito franco y un local autorizado, entre otros.
- e) Se han definido las formalidades y trámites que deben realizarse en un almacén.
- f) Se han planificado, en el almacén, sistemas de calidad homologables a nivel internacional.

2. Organiza el proceso de almacenaje por tipo de actividad y volumen de mercancías, optimizando los espacios y los tiempos de manipulación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las condiciones y modalidades de los sistemas de almacenaje según diferentes variables.
- b) Se han secuenciado los diferentes subprocesos del proceso logístico de almacenaje.
- c) Se ha realizado el diseño en planta del almacén, en función de las operaciones y movimientos que hay que realizar.
- d) Se han seleccionado equipos, medios y herramientas de mantenimiento, según las características del almacén y de las mercancías almacenadas, aplicando criterios económicos, de calidad y servicio.
- e) Se han aplicado métodos y técnicas de optimización de los espacios de almacenamiento.
- f) Se han utilizado métodos de reducción en los tiempos de localización y manipulación de las mercancías.
- g) Se han seleccionado diferentes sistemas modulares de envasado y embalaje de las mercancías del almacén.
- h) Se han concretado procedimientos de prevención de riesgos en el almacén.

3. Confecciona y controla el presupuesto del almacén, identificando desviaciones provenientes de la asignación de costes.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las partidas y conceptos que hay que tener en cuenta para elaborar un presupuesto estimativo del servicio de almacén.
- b) Se ha calculado periódicamente el coste de funcionamiento del almacén.
- c) Se han identificado los indicadores o estándares económicos óptimos: coste por hora y coste por servicio, entre otros.
- d) Se han calculado los costes de almacén en función de la urgencia, plazos de entrega, preparación de mercancías, co-packing y paletización, entre otros.
- e) Se han analizado las desviaciones sobre los costes previstos, identificando su causa y origen, y proponiendo medidas correctoras de acuerdo con el procedimiento establecido por la empresa.
- f) Se ha preparado el presupuesto de gastos del almacén, teniendo en cuenta los costes de la actividad y el nivel de servicio establecido, utilizando hojas de cálculo informático.
- g) Se han calculado periódicamente los costes de funcionamiento del almacén, utilizando hojas de cálculo informático.

4. Gestiona los stocks del almacén, asegurando su aprovisionamiento y expedición.

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado los diferentes tipos de inventarios y la finalidad de cada uno de ellos.
 - b) Se han aplicado los conceptos de stock medio, mínimo y óptimo, identificando las variables que intervienen en su cálculo y la velocidad de rotación de las existencias.
 - c) Se han previsto las unidades necesarias de existencias en almacén para evitar roturas de stock.
 - d) Se han valorado las existencias del almacén, utilizando diferentes métodos.
 - e) Se han controlado las existencias del almacén, supervisando el procedimiento y las normas establecidas para identificar desviaciones del inventario y plantear medidas rectificadoras.
 - f) Se han realizado las tareas necesarias para atender los pedidos de mercancías efectuados por los clientes y la expedición de las mismas.
 - g) Se han registrado las altas, bajas y modificaciones de productos (código EAN), proveedores, clientes y/o servicios por medio de herramientas informáticas.
 - h) Se han utilizado aplicaciones informáticas generales para gestionar los stocks y específicas para la identificación de materiales, gestión de pedidos, extracción y registro de salidas del almacén.
5. Gestiona las operaciones sujetas a la logística inversa, determinando el tratamiento a dar a las mercancías retornadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las actividades relacionadas con la logística inversa según la política de devolución o acuerdos alcanzados con los clientes.
 - b) Se han previsto las acciones que hay que realizar con las mercancías retornadas: reparación, reciclado, eliminación o reutilización en mercados secundarios.
 - c) Se han definido las medidas necesarias para evitar la obsolescencia y/o contaminación de las mercancías retornadas.
 - d) Se han aplicado las normativas sanitarias y medioambientales vigentes.
 - e) Se ha diseñado la recogida de los envases retornables con la entrega de nueva mercancía, aplicando la normativa vigente.
 - f) Se han clasificado las diferentes unidades y/o equipos de carga para su reutilización en otras operaciones de la cadena logística, evitando el transporte en vacío.
 - g) Se han clasificado los diferentes tipos de envases y embalajes para reutilizarlos, siguiendo las especificaciones, recomendaciones y normativa vigente.
6. Supervisa los procesos realizados en el almacén, implantando sistemas de mejora de la calidad del servicio y planes de formación/reciclaje del personal.
- Criterios de evaluación:
- a) Se han analizado los elementos necesarios para la implantación de un sistema de calidad en el almacén, siguiendo las pautas de la empresa y/o clientes.
 - b) Se ha previsto la implantación de sistemas de calidad y seguridad para la mejora continua de los procesos y de los sistemas de almacenaje.
 - c) Se ha valorado el cumplimiento de los procesos y protocolos del almacén, partiendo del plan o manual de calidad de la empresa.
 - d) Se ha valorado la implantación y seguimiento de la mercancía por sistemas de radiofrecuencia o con otras innovaciones tecnológicas.

e) Se han investigado los elementos necesarios para asegurar la trazabilidad de las mercancías y el cumplimiento de la normativa relativa a la misma, utilizando sistemas de gestión de almacenes.

f) Se han fijado los objetivos de un plan de formación-tipo para mejorar la eficiencia y calidad del servicio de almacén.

g) Se han detectado las necesidades de formación inicial y continua, tanto individuales como del equipo en su conjunto.

h) Se han utilizado programas de gestión de tareas y cronogramas para controlar las tareas, los tiempos y el personal, cumpliendo con las normas de prevención de riesgos laborales.

Contenidos.

Relación de la normativa específica del almacenaje:

– Interpretación de normativa nacional y europea aplicable al almacén y almacenaje de mercancías.

– Marco legal del contrato de depósito y actividad de almacenaje-distribución.

– Normativa específica para mercancías especiales: peligrosas y perecederas, entre otras.

– Regímenes de almacenamiento en comercio internacional.

Organización del proceso de almacén:

– Organización de los almacenes en empresas de fabricación, distribución y servicios.

– Tipos de almacenes. Análisis de los tipos de sistemas de almacenaje: ventajas y desventajas.

– Sistemas modulares. Unidades de carga: palés, y contenedores.

– La red de almacenes propios y ajenos.

– Diseño físico del almacén: flujo de materiales y equipos de manipulación.

– Características y utilidades de distintos equipos de movimiento y almacenamiento: tipos de estanterías y de carretillas.

– Sistemas de seguimiento de las mercancías: terminales de radio-frecuencia, codificación y lectores de barras, entre otros. Terminales portátiles y sistemas de reconocimiento de voz.

– Organización de actividades y flujos de mercancías en el almacén. Las zonas del almacén: administración, recepción, expedición, almacenaje, movimientos, pasillos y preparación de pedidos y distribución. Picking. Cross docking.

– La optimización del espacio del almacén: el dimensionamiento.

– Gestión y función del embalaje: protección, conservación, manejabilidad. Tipología.

– Normativa de seguridad e higiene en almacenes. Instalaciones generales y específicas.

– La ergonomía en el almacén.

Confección y control del presupuesto del almacén:

– Costes de almacenamiento y manutención: variables que intervienen en su cálculo.

– Coste de adquisición.

– Tipología de los costes de almacenamiento: por actividad (almacenaje y manutención), por imputabilidad (fijos y variables) y por origen (directos e indirectos).

– Coste por unidad almacenada.

– La hoja de cálculo como herramienta de procesamiento de los datos.

Gestión de stocks:

– Concepto de stock y de gestión de stocks.

– Tipos de stock: mínimo, seguridad, medio.

– Control económico. Control de incidencias.

– El ciclo del pedido de cliente.

– Los costes en la gestión de stock: coste de pedido, coste de mantenimiento, coste de financiación, rotura de stock.

– Clasificación ABC de productos.

– Criterios de valoración de las existencias en almacén.

– Los ratios en la gestión de stock. Rotación, obsolescencia.

– Software general que integre todos los aspectos del almacén, utilizando procesador de texto, hoja de cálculo, base de datos y cronogramas, entre otros.

– Programas específicos de gestión de almacenes y existencias: gestión de muelles, gestión de almacenes, gestión de aprovisionamientos, gestión de existencias y elaboración de etiquetas, entre otros.

– Programas de gestión de compras/almacén/ventas: gestión de artículos, gestión de almacén, gestión de fabricación y gestión de ventas, entre otros.

Gestión de las operaciones sujetas a la logística inversa:

– Devoluciones.

– Costes afectos a las devoluciones.

– Reutilización de unidades y equipos de carga.

– Contenedores y embalajes reutilizables.

Supervisión de los procesos realizados en el almacén:

– Sistemas de calidad en el almacén.

– Aplicación de sistemas de seguridad para personas y mercancías.

– Planes de formación inicial y continua en el equipo de trabajo del almacén: objetivos y métodos de formación. Evaluación de planes de formación.

– Nuevas tecnologías aplicadas a la automatización e informatización de los procesos o subprocesos del almacén.

Orientaciones didácticas.

El módulo de Logística de almacenamiento tiene como objeto capacitar al alumnado para desempeñar las funciones relacionadas con la organización y la gestión de la logística de almacenamiento. Concretamente, el alumnado deberá de ser capaz de aplicar la normativa existente sobre la actividad de almacenaje tanto en el ámbito nacional como en el internacional e implantar sistemas de calidad en el almacén que mejoren su rendimiento.

Además deberán adquirir las competencias necesarias para organizar los almacenes por tipo de empresa, productos, clientes y producción, entre otros; deberán controlar la distribución y manipulación de las mercancías dentro del almacén y calcular los costes de funcionamiento del almacén.

Por otra parte, se pretende que sean capaces de hacer una óptima gestión de los stocks y tratar las mercancías tanto en el procedimiento normal de la empresa como las retornadas.

Todos los conceptos y procedimientos anteriores se trabajarán potenciando el uso de equipos y medios informáticos: Software general (hoja de cálculo, bases de datos) y Programas específicos de almacén y de gestión de stock.

La secuenciación de contenidos que se propone como más adecuada es la que estructura el abordaje de contenidos y procedimientos en cinco bloques:

– El primer bloque versa sobre una introducción a la logística, tanto integral como inversa, introduciendo al alumnado en la importancia de la logística en general y los almacenes en particular.

– El segundo bloque estudiará todos los condicionantes físicos que componen el almacén: sistemas de almacenamiento, sistemas de manipulación, embalajes, envases, palé, contenedores, layout, zonas... En este bloque se pretenden identificar todos los elementos presentes en el almacén y su distribución, así como los distintos tipos de almacenes adecuados a cada necesidad de la empresa.

– El tercer bloque se ocupará del funcionamiento del almacén: su localización, su dimensión óptima, las actividades de un almacén en funcionamiento, picking, ABC, la optimización del espacio.

– El cuarto bloque tratará sobre los costes del almacén: costes de almacenamiento, de manipulación, costes directos, costes indirectos. Las variables que intervienen en el análisis y cálculo de los costes de almacén.

– El quinto y último bloque enfocará la gestión de stock. Los tipos de stock, cálculo del punto de pedido, los costes asociados a la gestión de stock.

Asimismo, existen contenidos que se tratarán de forma transversal en cada bloque. La normativa a aplicar, los sistemas de calidad y los programas, tanto específicos como el software general, se irán utilizando y trabajando cuando así lo requiera el contenido a tratar.

Para apoyar el tratamiento de los contenidos que se van a desarrollar a lo largo del curso, se sugieren a continuación una serie de actividades para realizar, en el aula y fuera de ella, empleando en todo caso una metodología activa y que fomente la participación y el uso de las nuevas tecnologías y programas informáticos.

– Realización de trabajos en grupo simulando situaciones lo más cercanas posible al mundo real de los almacenes.

– Búsqueda en distintos medios de artículos y normativas referentes a los almacenes.

– Resolución de ejercicios propuestos tales como: cálculo de los palés que caben en un almacén, cálculo de superficies necesarias para almacenar palés. Lugar idóneo para localizar almacenes. Cálculo de los costes asociados al movimiento y mantenimiento de mercancías. Cálculo de los ratios asociados a la gestión de stock.

Se considera muy aconsejable diseñar y realizar diferentes salidas de trabajo. Estas salidas convendría que se realizaran a distintos tipos de almacenes, ferias y empresas de elementos de manipulación, con objeto de observar in situ los contenidos y procedimientos trabajados en el aula.

Sería conveniente complementar toda la formación obtenida en este módulo con algún proyecto de carácter globalizador en el que haya que volcar todas las competencias adquiridas a lo largo del curso.

Respecto a la relación con otros módulos, este módulo tiene una conexión directa con el de Logística de aprovisionamiento, de forma que el primer bloque de contenidos sirve para la introducción tanto a la logística de almacenamiento como a la logística de aprovisionamiento.

Esta relación entre los dos módulos hará necesaria una coordinación del profesorado que los imparte.

Módulo Profesional: Sistema de información de mercados.

Código: 0822.

Equivalencia en créditos ECTS: 6.

Duración: 60 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Analiza las variables del mercado y el entorno de la empresa u organización, valorando su incidencia en la actividad de la misma y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales.

Criterios de evaluación:

a) Se ha analizado la estructura y funcionamiento de los mercados en los que opera la empresa, identificando las variables que influyen en los mismos.

b) Se ha analizado el impacto de las variables del microentorno en la actividad comercial de la empresa u organización.

c) Se han analizado los efectos de los factores del macroentorno en la actividad comercial de la empresa.

d) Se han identificado las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan o influyen en la actividad de los mercados.

e) Se ha analizado la incidencia de los procesos de integración económica a nivel europeo e internacional, en la competencia de los mercados.

f) Se han analizado las necesidades del consumidor y se han clasificado según la jerarquía o el orden de prioridad en la satisfacción de las mismas.

g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor, analizando las variables internas y externas que influyen en el mismo.

h) Se han definido diferentes estrategias comerciales, aplicando los principales métodos de segmentación de mercados según distintos criterios.

2. Configura un sistema de información de marketing (SIM) para la toma de decisiones comerciales, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos.

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado las necesidades de información de la empresa para la toma de decisiones de marketing.

b) Se han identificado los datos que son procesados y organizados por un sistema de información de marketing.

c) Se han analizado las características de idoneidad que debe poseer un SIM, su tamaño, finalidad y objetivos, en función de las necesidades de información de la empresa u organización.

d) Se ha clasificado la información en función de su naturaleza, del origen o procedencia de los datos y de la disponibilidad de los mismos.

e) Se han caracterizado los subsistemas que integran un SIM, analizando las funciones, tipos de datos y objetivos de cada uno de ellos.

f) Se han clasificado los datos según la fuente de información de la que proceden.

g) Se ha determinado la necesidad de realizar una investigación comercial, identificando las fases del proceso.

h) Se han aplicado técnicas adecuadas para el tratamiento y organización de los datos, con el fin de transformarlos en información útil para la toma de decisiones de la empresa u organización.

i) Se han utilizado herramientas informáticas para el archivo e incorporación de la información a la base de datos de la empresa, para su actualización permanente, de forma que pueda ser utilizada de manera ágil y rápida.

3. Diseña planes de trabajo para la obtención de información, definiendo los objetivos, las fuentes de información, los métodos y las técnicas aplicables para la obtención de los datos y el presupuesto necesario.

Criterios de evaluación:

a) Se ha definido el problema u oportunidad de la empresa que se pretende investigar y se han formulado los objetivos de la investigación que se va a realizar.

b) Se ha determinado el diseño o tipo de investigación que es necesario realizar, ya sea exploratoria, descriptiva o causal.

c) Se ha elaborado el plan de trabajo, estableciendo el tipo de estudio, la información que hay que obtener, las fuentes de información, los instrumentos para la obtención de los datos, las técnicas de análisis y el presupuesto necesario.

d) Se han identificado las fuentes de información, primarias y secundarias, internas y externas, que pueden facilitar la información, aplicando criterios de fiabilidad, representatividad y coste.

e) Se han caracterizado los métodos de acceso más habituales a las fuentes de información secundaria internas y externas, motores de búsqueda online u otras.

f) Se han diferenciado las técnicas de obtención de información primaria cualitativa, como son la entrevista en profundidad, la dinámica de grupos o la observación, entre otras, analizando sus características.

g) Se han identificado las diferentes técnicas de obtención de información primaria cuantitativa, como son las encuestas, la observación, la experimentación o los paneles, entre otras, analizando sus características.

h) Se han descrito las ventajas de los medios para la obtención de datos en papel (PAPI) o con apoyo de medios informáticos (CAPI, CATI, CAWI), tanto en encuestas personales, como telefónicas o a través de la web.

i) Se han elaborado y probado diferentes tipos de cuestionarios para la realización de distintas modalidades de encuestas (personales, telefónicas, por correo y web).

4. Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.

Criterios de evaluación:

a) Se han caracterizado los distintos métodos de muestreo, probabilístico y no probabilístico, aplicables para la selección de una muestra representativa de la población sobre la que se va a investigar, analizando sus ventajas e inconvenientes.

b) Se ha descrito el proceso de selección de la muestra, aplicando distintos métodos de muestreo aleatorio simple, sistemático, estratificado, por áreas o conglomerados, polietápico o por ruta aleatoria, analizando sus ventajas e inconvenientes.

c) Se ha analizado el proceso de muestreo, aplicando técnicas de muestreo no probabilístico, por conveniencia, por juicios, por cuotas o bola de nieve.

d) Se han identificado las distintas variables que influyen en el cálculo del tamaño de la muestra en una investigación comercial.

e) Se ha seleccionado el método de muestreo y se ha calculado el tamaño óptimo de la muestra, en función de la población objeto de estudio, el error de muestreo, el nivel de confianza deseado y el presupuesto asignado.

f) Se ha elaborado el plan de trabajo de campo para la obtención de información primaria, determinando el tiempo y los recursos materiales y humanos necesarios, en función del medio y la forma de encuesta que se va a realizar (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI, entre otros).

g) Se ha programado el trabajo de campo, elaborando el cuaderno de campo y la hoja de ruta de cada encuestador, estableciendo el número de entrevistas que hay que realizar, la duración de las mismas y las indicaciones para la localización física y/o selección de las personas que se van a entrevistar.

h) Se ha simulado la realización de la encuesta, según las instrucciones recogidas en cuaderno de trabajo de campo, con el fin de detectar posibles errores en el cuestionario y establecer las oportunas medidas correctoras.

5. Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora un informe con los resultados, aplicando técnicas estadísticas y herramientas informáticas.

Criterios de evaluación:

a) Se han tabulado y representado gráficamente los datos obtenidos en la investigación comercial, de acuerdo con las especificaciones recibidas.

b) Se han calculado las medidas estadísticas básicas de tendencia central, de dispersión de datos y las que representan la forma de la distribución.

c) Se han aplicado técnicas de inferencia estadística para extrapolar los resultados de la muestra a la totalidad de la población, con un determinado grado de confianza y un determinado nivel de error muestral.

d) Se han aplicado las medidas estadísticas básicas, para la obtención de información del mercado como tendencias de mercado, cuota de mercado u otras.

e) Se han comparado los resultados estadísticos obtenidos en un determinado estudio con las hipótesis previamente formuladas en el mismo.

f) Se han utilizado hojas de cálculo para el tratamiento y análisis de los datos y el cálculo de las medidas estadísticas.

g) Se han elaborado informes comerciales con los resultados y conclusiones obtenidas del análisis estadístico y su relación con el objeto de estudio.

h) Se han presentado los datos y resultados del estudio convenientemente organizados en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas más adecuadas.

i) Se han incorporado los datos y resultados del estudio a una base de datos en el formato más adecuado para su posterior actualización y para facilitar la consulta y recuperación de la información con rapidez y precisión.

Contenidos.

Análisis de las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización:

- El mercado. Elementos que lo conforman. Funcionamiento.
- Estructura del mercado: mercado actual y mercado potencial.
- Límites del mercado.
- Clasificación de los mercados, atendiendo a distintos criterios.
- Análisis de las variables del macroentorno.
- Análisis de los factores del microentorno.
- Instituciones nacionales e internacionales que influyen en los mercados.
- Estudio de las necesidades y del comportamiento del consumidor.
- El proceso de compra del consumidor. Fases y variables que intervienen.
- Segmentación de mercados: objetivos y criterios de segmentación.
- Aplicación de la segmentación en el diseño de estrategias comerciales.
- El posicionamiento del producto y de la empresa en el mercado.
- Configuración de un sistema de información de marketing (SIM):
- La necesidad de información para la toma de decisiones en la empresa.
- Tipos de información: según su naturaleza, su origen y su disponibilidad.
- El sistema de información de marketing (SIM). Características y finalidad.
- Estructura del SIM. Subsistemas que lo integran y tipos de datos.
- La investigación comercial. Concepto y finalidad.
- Aplicaciones de la investigación comercial.
- El proceso metodológico de la investigación comercial. Fases del proceso.
- Aspectos éticos de la investigación comercial. El código CCI/ESOMAR.
- Diseño de planes de trabajo para la obtención de información:
- Identificación y definición del problema u oportunidad para investigar.
- Determinación de los objetivos de la investigación.
- Tipos investigación: estudios exploratorios, descriptivos y experimentales.
- Diseño y elaboración del plan de la investigación comercial.
- Presupuesto y costes de la investigación comercial.
- Fuentes de información: internas y externas, primarias y secundarias.
- Métodos y técnicas de obtención de información secundaria.
- Métodos y técnicas de obtención de información primaria.
- Técnicas de investigación cualitativa: entrevista en profundidad, dinámica de grupos, observación y otras.
- Técnicas de investigación cuantitativa: encuestas, paneles (de consumidores, de detallistas y de audiencias), observación y experimentación.
- El cuestionario. Metodología para su diseño.
- Elementos y estructura del cuestionario.
- Determinación de las características y tamaño de la muestra:
- Conceptos básicos de muestreo: población, universo, marco muestral, unidades muestrales y muestra.
- Muestreos aleatorios o probabilísticos.
- Muestreos no probabilísticos.
- Errores muestrales y no muestrales.
- Factores que influyen en el tamaño de la muestra. Error de muestreo y nivel de confianza.
- Cálculo del tamaño de la muestra.
- Cálculo del error de muestreo.
- Elaboración del plan de trabajo de campo. Fases del proceso.
- Determinación del tiempo y los recursos materiales y humanos necesarios para el trabajo de campo, en función del medio y tipo de encuesta (PAPI, CAPI, CATI y CAWI).
- Programación del trabajo de campo.
- Organización del trabajo de campo.
- Elaboración de la hoja de ruta de cada entrevistador.
- Interpretación del cuestionario para detectar posibles errores con relación a la estructura y conexión entre las preguntas, y establecimiento de las oportunas medidas correctoras de las desviaciones.
- Realización del tratamiento y análisis de los datos:
- Organización y tabulación de datos. Representación gráfica de los datos.
- Análisis univariable y multivariable de datos.
- Medidas de posición o tendencia central (media, mediana y moda).

- Medidas de dispersión (varianza y desviación típica, recorridos y rango).
- Medidas de forma de la distribución (asimetría y curtosis).
- Técnicas de análisis probabilístico. Estimación puntual y por intervalos.
- Contraste de hipótesis.
- Técnicas de inferencia estadística.
- Regresión lineal y correlación simple. Ajuste de curvas.
- Números índices.
- Series temporales. Estimación de tendencias.
- Aplicaciones informáticas para el tratamiento y análisis de la información: hojas de cálculo y bases de datos.
- Elaboración de informes comerciales con los resultados del análisis y las conclusiones de la investigación y estudio estadístico de los datos.

Orientaciones didácticas.

El objetivo de este módulo es que el alumnado adquiera las destrezas y actitudes necesarias para desarrollar actividades de análisis del mercado y entorno, configuración de un sistema de información de marketing, diseño de planes para la obtención de información, determinación de muestras para estudios del mercado, así como el tratamiento y análisis de los datos.

En lo que se refiere a la secuenciación de los contenidos, podría comenzarse por un análisis del mercado y del entorno de la empresa, para continuar con la configuración de un sistema de información de marketing, en correspondencia con los dos primeros bloques enunciados en el apartado de contenidos.

A continuación, podrían diseñarse los planes de trabajo para la obtención de información, así como determinar las características y tamaño de la muestra, conforme a lo propuesto en los bloques tres y cuatro. Finalmente se llevaría a cabo el tratamiento y análisis de los datos obtenidos.

En correspondencia con estos contenidos que hay que abordar, se sugieren seguidamente una serie de actividades a realizar para apoyar su tratamiento:

- Estudio de la estructura y funcionamiento de los mercados.
- Estudio y análisis de los entornos (macro y micro) de la empresa.
- Identificación de las principales organizaciones e instituciones económicas que regulan la actividad de los mercados.
- Diseño de estrategias de segmentación del mercado.
- Determinación de necesidades de información de la empresa para la toma de decisiones.
- Análisis de las características de idoneidad que debe poseer un SIM, su tamaño, finalidad y objetivos.
- Aplicación de técnicas de tratamiento de datos (mediante herramientas informáticas), transformándolos en información útil para la toma de decisiones.
- Actualización permanente de las base de datos.
- Búsqueda de oportunidades para la empresa, formulando los objetivos de la investigación.
- Elaboración del plan de trabajo de investigación comercial.
- Identificación de las fuentes de información, primarias y secundarias, internas y externas, que pueden facilitar la información, aplicando criterios de fiabilidad, representatividad y coste.
- Caracterización de los métodos de acceso más habituales a las fuentes de información secundaria internas y externas, motores de búsqueda online u otras.
- Descripción de las ventajas de los medios para la obtención de datos en papel (PAPI) o con apoyo de medios informáticos (CAPI, CATI, CAWI), tanto en encuestas personales, como telefónicas o a través de la web.
- Elaboración y prueba de diferentes tipos de cuestionarios para la realización de distintas modalidades de encuestas.
- Aplicación de los distintos métodos de muestreo: aleatorio simple, sistemático, estratificado, por áreas o conglomerados, polietápico o por ruta aleatoria.
- Elaboración de un plan de trabajo de campo.
- Simulación de la realización de encuestas.
- Cálculo de las medidas estadísticas básicas de tendencia central, de dispersión de datos y las que representan la forma de la distribución.
- Extrapolación de los resultados de la muestra a la totalidad de la población, con determinado grado de confianza y de nivel de error muestral.
- Utilización de hojas de cálculo para el tratamiento y análisis de datos y el cálculo de medidas estadísticas.
- Elaboración de informes comerciales con resultados y conclusiones.
- Presentación de datos y resultados en forma de tablas estadísticas, así como las representaciones gráficas más adecuadas.
- Creación de una base de datos correspondiente.

Para el desarrollo de estas actividades resulta necesario contar con aula equipada con los equipos informáticos y el software apropiado para que el alumnado trabaje de forma activa con hojas de texto y de cálculo, contando igualmente con acceso a Internet garantizado. También sería interesante contar con otros medios tecnológicos que faciliten las actividades de enseñanza-aprendizaje, como pizarra digital, proyector, pantalla, etc.

Como recursos de los que podemos disponer para trabajar en el aula, Internet siempre es una fuente interesante. También conviene manejar prensa especializada tanto impresa como digital: revistas de empresas, publicaciones que editen organismos oficiales como Cámaras de Comercio regionales, INE, ayuntamientos, páginas web oficiales de los mencionados organismos y revistas digitales dedicadas a la empresa y a los negocios.

En la medida de lo posible sería recomendable utilizar plataformas de contenidos que permitan al alumnado trabajar tanto en el aula como desde su casa.

Los contenidos y metodología de este módulo guardan relación con el módulo de Marketing internacional y también, aunque menos estrechamente, con el de Gestión económica y financiera de la empresa. Para la realización de estudios de oportunidades de negocio y/o de la oportunidad de políticas de marketing, se hace necesario el estudio del mercado y entorno y trabajos de investigación y de obtención de información de los mismos. Por ello, sería conveniente que se estableciera la necesaria coordinación entre el profesorado responsable de impartir estos módulos.

Módulo Profesional: Marketing internacional.

Código: 0823.

Equivalencia en créditos ECTS: 9.

Duración: 160 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Determina la oportunidad de entrada de un producto en un mercado exterior, evaluando las características comerciales de los productos, líneas y gamas de productos.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado las dimensiones de un producto o servicio, diferenciando entre línea, gama y familia.
- Se ha elaborado un informe mediante soporte informático, delimitando el campo de actividad y estableciendo la dimensión de los productos, servicios y marcas detectadas.
- Se han identificado los factores que definen la política de productos en mercados exteriores.
- Se han analizado las relaciones causales entre las variables de marketing mix en las distintas etapas del ciclo de vida del producto.
- Se han analizado las debilidades y fortalezas de una línea de productos en un determinado mercado exterior.
- Se han seleccionado los tipos de productos que se pueden utilizar en una estrategia de marketing online.
- Se han confeccionado informes, utilizando herramientas informáticas, evaluando la oportunidad de lanzamiento de un producto y el posible posicionamiento en un mercado exterior.

2. Diseña políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior, analizando las variables que componen e influyen en el precio de un producto.

Criterios de evaluación:

- Se han seleccionado los métodos de fijación de precios, teniendo en cuenta el incoterm y las distintas variables que determinan el precio del producto en el exterior.
- Se ha valorado la importancia y repercusión del tipo de cambio en la fijación del precio del producto y/o servicio en un mercado exterior.
- Se han identificado los costes más relevantes en la fijación de precios competitivos en el mercado y las fuentes que proporcionan información sobre los precios de la competencia.
- Se ha determinado la tendencia de los precios de un producto durante un número determinado de años, aplicando técnicas de regresión estadística y tasas de variación previstas.
- Se han analizado las estrategias de precios y canal de distribución de marcas o productos competidores en un determinado mercado.
- Se han comparado los precios de un producto o marca en un determinado mercado con los de la competencia, teniendo en cuenta los Incoterms correspondientes.
- Se han elaborado informes, utilizando las herramientas informáticas, sobre el análisis de la política de precios, para distintas categorías de productos que compiten en un determinado establecimiento o canal, en función de las variables de estudio: origen nacional, internacional, categoría, calidad y otras.

3. Selecciona la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior, analizando los factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados internacionales.

Criterios de evaluación:

- Se han diferenciado los tipos de canales de distribución internacional.
- Se han analizado las variables que influyen en los diferentes tipos de canales de distribución internacional.
- Se ha calculado el coste para la entrada de productos en un mercado exterior, considerando las variables que intervienen en un canal de distribución.
- Se ha seleccionado entre varios canales de distribución alternativos aquel que optimice tiempo y costes.
- Se ha definido una red de ventas exterior, propia, ajena o mixta, en un canal de distribución determinado.
- Se han clasificado los productos de una empresa comercial, en función de criterios de distribución comercial, costes de distribución y ventas.
- Se ha elaborado un informe sobre los problemas y oportunidades de los distintos productos de una empresa comercial en los distintos canales de distribución, utilizando aplicaciones informáticas.

4. Determina las acciones de comunicación comercial más adecuadas para la entrada en un mercado exterior, evaluando las posibles alternativas de comunicación y promoción internacional.

Criterios de evaluación:

- Se han diferenciado los medios, soportes y formas de comunicación comercial más utilizados en la práctica comercial internacional.
- Se han analizado los objetivos y elementos de la comunicación comercial con los clientes internacionales.
- Se han aplicado las diferentes técnicas psicológicas en el diseño de una acción de comunicación comercial, teniendo en cuenta las diferencias culturales internacionales.
- Se han analizado las diferencias entre publicidad y promoción en el contexto de apertura a mercados exteriores.
- Se ha seleccionado el medio de promoción, el contenido y forma del mensaje promocional, valorando la alternativa de comunicación online.
- Se han identificado los principales elementos de un sitio web comercial o de información, especificando sus características.
- Se han aplicado los métodos para la asignación de recursos financieros y presupuesto de una campaña de comunicación internacional.
- Se han analizado los objetivos y criterios para la asistencia a ferias y eventos internacionales.
- Se han analizado las ventajas de utilizar un plan de marketing online, para el lanzamiento y difusión de nuevos productos.

5. Elabora un plan de marketing internacional, seleccionando la información de base o briefing de productos y relacionando entre sí las variables de marketing mix.

Criterios de evaluación:

- Se han identificado las fases de planificación comercial de un plan de marketing internacional.
- Se han analizado las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el marketing mix internacional.
- Se ha realizado un análisis estadístico, utilizando las herramientas informáticas, a partir de un plan de marketing internacional convenientemente caracterizado.
- Se han definido las estrategias del plan de marketing del producto o servicio, a partir de la información disponible del SIM en los distintos mercados.
- Se han seleccionado los datos relacionados con un producto que son necesarios para elaborar la información de base del producto-marca.
- Se ha analizado la finalidad del briefing y los elementos que lo componen en el ámbito internacional.
- Se ha presentado la información del briefing en los soportes e idiomas requeridos, de forma estructurada y de acuerdo con las especificaciones de la organización, utilizando las herramientas informáticas.

Contenidos.

Determinación de la oportunidad de entrada de un producto en un mercado exterior:

- Factores de la política de productos.
- Relaciones causales de las variables de marketing mix.
- Análisis DAFO.
- Posicionamiento del producto.
- Informe sobre oportunidades de lanzamiento de un producto.

Diseño de políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior:

- Métodos de fijación de precios.
- Variables determinantes del precio del producto para la exportación: costes, Incoterms, divisas, tipo de cambio, márgenes, demanda y competencia.

–Cálculo del precio del producto para la exportación, a partir del escandallo de costes, utilizando diferentes Incoterms.

–Políticas de precios en mercados exteriores.

–Estrategias de precios.

–Tendencia de los precios.

Selección de la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior:

–Alternativas para operar en mercados internacionales.

–Modos de operación directos.

–Modos de operación indirectos.

–Modos de operación mixtos.

–Coste de distribución en mercados exteriores.

–Selección del canal de distribución.

–Red de ventas exterior, propia, ajena o mixta.

–Clasificación de los productos asociada a la forma de distribución de los mismos.

–Informe sobre las alternativas de distribución de los productos de una empresa.

Determinación de las acciones de comunicación comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior:

–Herramientas de comunicación.

–Medios, soportes y formas de comunicación comercial en la práctica comercial internacional.

–Objetivos y elementos de la comunicación comercial con clientes internacionales.

–Técnicas psicológicas en el diseño de una acción de comunicación comercial.

–Medios de promoción, contenido y forma del mensaje promocional.

–Comunicación online.

–Métodos para la asignación de recursos financieros y presupuesto de una campaña de comunicación internacional.

–Objetivos y criterios para la asistencia a ferias y eventos internacionales.

–Plan de marketing online para el lanzamiento y difusión de nuevos productos.

Elaboración de un plan de marketing internacional:

–La internacionalización: motivos, obstáculos y etapas del proceso de internacionalización de la empresa.

–La planificación de marketing. Finalidad y objetivos.

–Análisis de la situación. Análisis interno y externo. Análisis DAFO.

–Estrategias del plan de marketing del producto o servicio, a partir de la información disponible en el SIM sobre los distintos mercados.

–El briefing del plan de marketing internacional: estructura y elementos.

–Presupuesto. Recursos financieros, humanos y de tiempo.

–Ejecución y control del plan de marketing.

–Análisis estadístico de un plan de marketing internacional convenientemente caracterizado.

Orientaciones didácticas.

Este módulo tiene como objetivo que el alumnado adquiera las competencias para elaborar y analizar las políticas de producto, precio, comunicación y distribución, seleccionando las más adecuadas para la toma de decisiones sobre la entrada de los productos de una empresa de mercados exteriores.

Desde el punto de vista didáctico la primera característica que debemos considerar es que se trata de un módulo de carácter introductorio y globalizador y que pertenece, junto con los módulos de Sistemas de información de mercados y de Negociación internacional, a la que podemos denominar área de compraventa internacional.

Estas características implican, por una parte, que el enfoque inicial ha de consistir necesariamente en hacer ver al alumnado el perfil profesional que requiere un Técnico Superior en Comercio Internacional que se va a ocupar del proceso de internacionalización de la empresa. Por otra parte, atendiendo al aspecto globalizador del módulo, y dado el carácter estratégico del proceso de internacionalización de la empresa, habrá que enfocar el proceso de enseñanza-aprendizaje bajo los principios de la planificación estratégica, por lo que parece conveniente que el alumnado sea introducido, aunque brevemente, en dichos principios.

El módulo de Marketing internacional, tanto por sus contenidos como por su clara orientación al mercado, se puede considerar que está en una situación inmejorable para ayudar al alumnado a conseguir e integrar las competencias, habilidades y actitudes que le permitan alcanzar el perfil profesional exigido por las empresas a un Técnico Superior en Comercio Internacional.

En lo que concierne a la secuenciación de contenidos, se sugiere que, los que se han explicitado anteriormente, se agrupen en tres grandes bloques:

–Un primer bloque introductorio, en el que se planteen las estrategias básicas para la internacionalización de la empresa y las distintas formas de entrada en mercados exteriores.

–Un segundo bloque que agrupe las distintas políticas de marketing-mix: producto, precio, distribución y comunicación.

–Y un tercer bloque globalizador, donde se desarrolle el plan de marketing internacional.

Dada la especialización de la materia y el perfil práctico que debe adquirir el alumnado, es preciso buscar el necesario equilibrio entre la teoría a impartir en el desarrollo de los contenidos y la práctica en la ejecución de las actividades. Acorde con la asignación horaria del módulo, se propone buscar el equilibrio entre teoría y práctica a través del desarrollo de la metodología de proyectos, buscando la implicación del alumnado en la investigación y en el autoaprendizaje colaborativo y la labor facilitadora del profesorado.

A modo de propuesta metodológica y abierta al contexto académico concreto en el que se desarrolle la labor docente, se proponen a continuación algunos proyectos, sus objetivos y su relación con la estructura de la formación:

–Estudio descriptivo y comparativo del comercio exterior español y navarro. Balanza comercial. Cifras básicas. Destino de las exportaciones. Origen de las importaciones, etc. Este proyecto tendría carácter introductorio y estaría asociado a las estrategias para la internacionalización de la empresa.

–Estudio descriptivo de una PYME navarra internacionalizada. Su cartera de productos. Mercados en los que está presente. Este proyecto pretende llegar a conocer las posibles formas de presencia en los mercados exteriores y también estaría asociado a las estrategias para la internacionalización de la empresa.

–Preparación de un viaje comercial a una feria internacional de un sector puntero en la economía Navarra. Este proyecto estaría encaminado a familiarizar al alumnado en la búsqueda de información y en la logística que supone la organización de una feria internacional. Por tanto, estaría relacionado con los contenidos relativos a las políticas de marketing-mix internacional.

–Desarrollo de un plan de marketing para PYMES que, bajo fórmulas diversas (agente comercial, consorcio exportación, otras...), inician un proceso de internacionalización. Este proyecto daría al módulo su carácter globalizador, estando asociado a las políticas de marketing-mix internacional y al plan de marketing internacional.

La metodología por proyectos planteada posibilita, no solo adquirir los conocimientos programados sino, además, la utilización por parte del alumnado de herramientas TIC como el editor de textos, hoja de cálculo, programas de diseño, edición de gráficos, bases de datos, correo electrónico, Internet, etc, todas ellas necesarias para la correcta presentación de informes escritos y exposición pública de los mismos, entre otras destrezas.

Así mismo el desarrollo de los proyectos va a permitir al alumnado mejorar sus competencias en comunicación oral y escrita, trabajo en equipo, toma de decisiones y asunción de responsabilidades, entre otras.

Para el correcto desarrollo de las propuestas planteadas sería conveniente contar con un aula informática equipada con los equipos (ordenadores, proyector, pantalla, audio) y las aplicaciones informáticas básicas (ofimática, editor de catálogos, folletos, etc) así como con conexión a Internet y plataforma de contenidos, que permitan un adecuado entorno para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Conviene hacer especial mención a dos recursos que se consideran absolutamente necesarios para apoyar el adecuado desarrollo de este módulo:

–Portal en Internet del ICEX (www.icex.es), que es en sí mismo un recurso global para el desarrollo del módulo, en el que encontramos todos los materiales, direcciones, estudios de mercado, casos empresariales, vídeos, etc.

–Portal en Internet del Consejo Superior de Cámaras (www.plancomercial.com) con un conjunto de guías de ayuda en el proceso de internacionalización.

De la lectura de las propuestas anteriores, se desprende la posibilidad de que dichos proyectos puedan ser desarrollados en colaboración con otros módulos y en concreto con los pertenecientes al área, Sistemas de información de mercados, Negociación internacional, Logística de almacenamiento, entre otros. Esta colaboración podemos plantearla a distintos niveles: en la correcta secuenciación de los contenidos y en la posible realización de los proyectos de forma conjunta e integrada, de tal manera que los diferentes módulos aporten lo que sea de su competencia.

A modo de ejemplo el proyecto "Desarrollo de un plan de marketing" permite la colaboración estrecha entre Marketing internacional (estructura del plan de marketing, sus distintas etapas, localización de mercados), Sistemas de información de mercados (diseño y técnicas estadísticas para la investigación), Logística de almacenamiento (elección de los canales

de distribución), Financiación internacional (valoración y elección de la financiación más adecuada).

La pertenencia de este módulo al área de compraventa internacional junto a los módulos anteriormente citados obliga a la necesaria coordinación, tanto en los contenidos, como en la secuenciación de los mismos y las actividades programadas.

De especial relevancia puede resultar la colaboración con los módulos de idiomas a la hora de la búsqueda de información, redacción, presentación oral y escrita de los proyectos, lo que permitirá la mejora en las competencias lingüísticas. Esta colaboración se puede facilitar de manera importante si los distintos módulos, especialmente los del área de compraventa internacional, facilitan al alumnado material en los distintos idiomas establecidos en el ciclo. A modo de ejemplo, los proyectos planteados anteriormente como propuesta pueden ser presentados en español/inglés, español/francés. La elaboración de materiales (catálogos, anuncios en prensa, comunicaciones, etc) pueden ser realizados en los distintos idiomas.

Módulo Profesional: Financiación internacional.

Código: 0825.

Equivalencia en créditos ECTS: 7.

Duración: 130 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Establece un sistema de información eficaz que sirva de apoyo en las operaciones de financiación internacional, utilizando las herramientas informáticas adecuadas.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado las principales fuentes que pueden proporcionar la información que se requiere en las operaciones de financiación internacional.

b) Se ha obtenido información a través de las páginas web de diferentes organismos y se ha elaborado una base de datos que sirva de apoyo a las distintas operaciones de comercio internacional y su financiación.

c) Se ha establecido el sistema y las técnicas de archivo para la organización de la información y documentación que se genera en las operaciones de compraventa internacional.

d) Se han identificado los organismos e instituciones competentes para la solicitud de ayudas y subvenciones a la exportación.

e) Se han identificado las fuentes primarias de financiación bancaria, tanto multinacionales como regionales y estatales, y las fuentes secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones.

f) Se han confeccionado los ficheros maestros de clientes y de proveedores, a partir de la aplicación informática de gestión de la relación con clientes.

g) Se ha realizado el mantenimiento de la base de datos de clientes y proveedores potenciales y se han elaborado informes a partir de la misma.

2. Analiza el funcionamiento del mercado de divisas y las variables que influyen en el mismo, valorando las repercusiones que puede tener el comportamiento del mercado en las operaciones de compraventa internacional.

Criterios de evaluación:

a) Se ha descrito el funcionamiento del mercado de divisas, los elementos que lo conforman, las variables que influyen en el mismo y la determinación del precio o tipo de cambio de una divisa respecto a otras.

b) Se ha identificado e interpretado la normativa que regula el funcionamiento del mercado de divisas.

c) Se ha diferenciado el mercado de divisas al contado y a plazo, distinguiendo los tipos de cambio spot y forward.

d) Se han identificado los tipos de transacciones que se realizan en el mercado Forex.

e) Se han analizado las características fundamentales del Euromercado y los segmentos de actividad en los que opera.

f) Se han analizado las variables que inciden en las fluctuaciones de los tipos de cambio de las distintas divisas.

g) Se ha obtenido y analizado información sobre el mercado de divisas, interpretando y utilizando la terminología específica.

h) Se han analizado las implicaciones que pueden tener las fluctuaciones en el tipo de cambio y en el tipo de interés de una divisa, sobre las operaciones de comercio internacional.

i) Se han analizado los organismos financieros internacionales y el sistema monetario europeo.

3. Caracteriza el sistema de gestión del riesgo de cambio y el riesgo de interés en las operaciones de comercio internacional, aplicando en cada caso los mecanismos de cobertura más adecuados.

Criterios de evaluación:

a) Se han determinado los riesgos y costes que se generan al instrumentar el pago/cobro y la financiación de las operaciones de comercio

internacional en una determinada divisa, como consecuencia de las fluctuaciones en el tipo de cambio y en el tipo de interés de la divisa.

b) Se han valorado las ventajas del seguro de cambio como forma de cobertura del riesgo de cambio de una divisa y se ha calculado su coste utilizando la aplicación informática adecuada.

c) Se han evaluado otras formas de cobertura del riesgo de cambio, analizando sus ventajas e inconvenientes y calculando los costes financieros mediante la aplicación informática adecuada.

d) Se han valorado distintas formas de cobertura del riesgo de tipo de interés, analizando sus ventajas e inconvenientes y calculando los costes financieros mediante la aplicación informática adecuada.

e) Se ha establecido el procedimiento, la documentación y los trámites que hay que realizar para contratar con la entidad financiera, en tiempo y forma, la fórmula de cobertura del riesgo más favorable para la empresa.

f) Se han utilizado sistemas de intercambio de datos internacionales como Swif, EDI y otros, para hacer más efectivas y seguras las comunicaciones relativas a la documentación financiera.

g) Se han manejado las herramientas informáticas de los distintos proveedores para la tramitación y gestión integrada del riesgo de cambio, de acuerdo con las necesidades de la empresa.

4. Determina la forma de financiación adecuada en las operaciones de compraventa internacional, analizando las distintas modalidades de crédito, teniendo en cuenta la forma de pago/cobro y valorando los costes y riesgos que generan.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado las fuentes primarias y secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones.

b) Se han evaluado las distintas formas de financiación de las importaciones, analizando sus ventajas e inconvenientes y determinando en cada caso los riesgos y costes financieros que generan.

c) Se han diferenciado las distintas modalidades de créditos que se pueden utilizar en una operación de exportación o venta internacional, en la misma divisa de facturación y en distinta divisa, calculando en cada caso los riesgos y costes financieros que generan.

d) Se han interpretado los principales usos y prácticas mercantiles uniformes en las operaciones de crédito internacional.

e) Se han caracterizado otras formas de financiación de las exportaciones y proyectos internacionales, como factoring, forfaiting, leasing y project finance, entre otros.

f) Se ha gestionado la documentación necesaria para la obtención de créditos vinculados a las operaciones de importación y exportación de productos y/o servicios.

g) Se han calculado los costes financieros y se ha elaborado el cuadro de amortización de préstamos utilizando la aplicación informática adecuada.

5. Gestiona la obtención de financiación con apoyo oficial a la exportación, aplicando la normativa reguladora y elaborando la documentación necesaria.

Criterios de evaluación:

a) Se ha interpretado y analizado la normativa que regula los créditos oficiales a la exportación.

b) Se han evaluado las distintas modalidades de crédito oficial a la exportación, teniendo en cuenta el país de destino, los bienes y servicios financieros y los requisitos que se exigen, y se ha seleccionado la más conveniente.

c) Se ha calculado la base máxima financiable, los intereses a pagar y las cuotas de amortización del préstamo, utilizando la aplicación informática adecuada.

d) Se ha elaborado la documentación que se requiere para la solicitud de un crédito oficial.

e) Se han realizado los cálculos oportunos para el ajuste de intereses, de acuerdo con lo establecido en el convenio de ajuste recíproco de intereses (CARI), utilizando la hoja de cálculo.

f) Se han diferenciado los distintos tipos de créditos del Fondo de Ayuda al Desarrollo (créditos FAD), los requisitos y criterios de concesión de los mismos y la documentación que hay que presentar para su solicitud.

6. Elabora la documentación necesaria para participar en concursos o licitaciones internacionales, interpretando las normas de los organismos convocantes.

Criterios de evaluación:

a) Se han interpretado las normas y reglamentos del Banco Mundial y otros organismos de financiación internacionales que regulan las licitaciones y concursos internacionales de proyectos.

b) Se han identificado los organismos e instituciones convocantes de proyectos, tanto internacionales, como europeos, nacionales, regionales y locales.

c) Se ha seguido el procedimiento de adjudicación de proyectos, analizando los requisitos que se exigen y las distintas fases del proceso.

d) Se han identificado las fianzas, avales y garantías que se exigen para participar en una licitación o concurso internacional.

e) Se han identificado los organismos que facilitan financiación para acudir al concurso o licitación internacional.

f) Se ha cumplimentado el formulario de oferta y se ha preparado la documentación técnica y administrativa que se requiere para la participación en una licitación o concurso internacional.

g) Se han analizado casos reales de participación de empresas españolas en proyectos internacionales.

7. Selecciona la cobertura adecuada de los posibles riesgos en las operaciones de venta internacional, evaluando las distintas pólizas de seguro de crédito a la exportación.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los riesgos más habituales en las operaciones de comercio internacional.

b) Se han identificado los principales mecanismos, públicos y privados, para la cobertura de riesgos en las operaciones internacionales.

c) Se ha caracterizado el contrato de seguro de crédito a la exportación, analizando las operaciones asegurables, la prima y las entidades que intervienen en el contrato.

d) Se han descrito las funciones y competencias de la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE).

e) Se han evaluado las distintas modalidades de pólizas de seguro de crédito a la exportación, analizando las condiciones, los riesgos que cubren, el ámbito de aplicación y el coste de la prima.

f) Se ha preparado la documentación que se requiere para la gestión y contratación de una póliza CESCE.

g) Se ha establecido el procedimiento de actuación en caso de siniestro y la indemnización por daños.

Contenidos.

Organización de la información y documentación relativa a las operaciones de financiación internacional:

–Organismos y entidades que proporcionan información relacionada con la financiación de las operaciones de comercio internacional.

–Obtención de información a través de la página web de los distintos organismos.

–Elaboración de una base de datos de los organismos que facilitan apoyo financiero, ayuda o subvenciones a la exportación y venta internacional.

–Elaboración y mantenimiento de bases de datos de clientes y proveedores potenciales.

Análisis del funcionamiento del mercado de divisas:

–El sistema financiero internacional.

–Estructura del mercado de divisas o mercado FOREX:

- Organismos y entidades que participan en el mercado de divisas.
- Normativa reguladora del mercado.

–Funcionamiento del mercado de divisas:

- La divisa. Convertible y no convertible.
- La oferta y la demanda de divisas.
- El precio o tipo de cambio. Tipos de compra y de venta.
- Variables que influyen en la fluctuación del tipo de cambio de una divisa.
- Tipo de cambio y tipo de interés de una divisa.

–Tipo de transacciones en el mercado FOREX.

–Los euromercados.

–Organismos financieros internacionales.

–El sistema monetario europeo. La Unión Monetaria.

–Instituciones monetarias europeas.

Gestión y cobertura del riesgo de cambio y del riesgo de interés en las operaciones de importación y exportación:

–Los riesgos en el comercio internacional: comerciales y financieros.

–El riesgo de cambio de una divisa. Factores de riesgo.

–Cobertura del riesgo de cambio. Estrategias de gestión del riesgo.

–Mecanismos de cobertura del riesgo de cambio.

–Mecanismos de cobertura del riesgo de interés.

–Cálculo de los costes financieros de cobertura del riesgo de cambio y del riesgo de interés, utilizando la aplicación informática adecuada.

Determinación de la financiación adecuada de las operaciones de compraventa internacional y cálculo de costes financieros y riesgos:

–Financiación de las importaciones y compras internacionales.

–Financiación de las exportaciones, ventas y proyectos internacionales.

–Cálculo de los costes financieros y las cuotas de amortización, elaborando el cuadro de amortización del préstamo, leasing u otro, mediante la hoja de cálculo.

Gestión del crédito con apoyo oficial a la exportación:

–Marco legal: el consenso OCDE.

–Fuentes de financiación de las exportaciones con apoyo oficial.

–Organismos que intervienen: ICO, CESCE y otros.

–Crédito suministrador-exportador nacional. Operativa.

–Crédito comprador extranjero: crédito individual o línea de crédito. Operativa.

–Requisitos y condiciones básicas del crédito con apoyo oficial.

–El Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI). Procedimiento de cálculo.

–Créditos del Fondo de Ayuda al Desarrollo (créditos FAD).

Elaboración de la documentación necesaria para participar en licitaciones y concursos internacionales:

–Normas y reglamentos de licitación del Banco Mundial y otros organismos internacionales que la regulan.

–Instituciones y organismos convocantes de proyectos. Objetivos.

–Procedimiento de adjudicación de proyectos. Fases del proceso.

–Documentación que hay que presentar en un concurso o licitación.

–Fianzas y garantías.

–Participación de las empresas españolas en proyectos internacionales.

Selección de la cobertura adecuada de los posibles riesgos en las operaciones de venta:

–Riesgos en las operaciones de comercio internacional.

–El contrato de seguro de crédito a la exportación.

–La Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE).

–Modalidades de pólizas para ventas-exportaciones a corto plazo.

–Tipos de pólizas para ventas internacionales a medio y largo plazo.

–Proceso de contratación del seguro de crédito.

–Procedimiento de declaración de siniestros e indemnización por daños.

Orientaciones didácticas.

El objetivo que pretende alcanzar este módulo es que el alumnado adquiera las competencias necesarias para:

–Aplicar las técnicas financieras a las operaciones de comercio internacional.

–Analizar las distintas modalidades de crédito para financiar operaciones de compraventa internacional.

–Determinar la cobertura adecuada de posibles riesgos financieros en operaciones comerciales internacionales.

–Analizar la información relacionada con el mercado de divisas y las implicaciones en el comercio internacional.

–Definir procedimientos para financiar concursos o licitaciones internacionales.

La secuenciación de los contenidos que se han de desarrollar debería empezar con un conocimiento general de los organismos referentes en el comercio internacional, así como su especial variante del mercado de divisas, con sus correspondientes productos financieros relacionados y las operaciones derivadas, cuestiones que se tratan en los dos primeros bloques definidos en el apartado de contenidos.

En segundo lugar, la materia debería centrarse en los mecanismos de protección ante los riesgos de cambio, así como en las diferentes modalidades de financiación de operaciones de importación y exportación, conforme a lo que se define en los bloques de contenidos tercero a quinto.

Por último, se cierra el módulo con las opciones de contratación internacional, como las licitaciones internacionales, los seguros a exportaciones ofrecidos por el CESCE, formas contractuales especiales como el leasing o los joint venture, así como herramientas para agilizar el cobro como el factoring y el forfaiting, cuestiones contenidas en los bloques de contenidos cuarto, sexto y séptimo.

En consonancia con los contenidos que se han de desarrollar, se recogen a continuación una serie de actividades que se podrían tomar como referencia para apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje:

–Tipo de cambio en operaciones del mercado FOREX.

–Cálculo del premio o descuento en operaciones de tipo de cambio forward.

–Cálculo del forward basado en el tipo de cambio spot, EURIBOR y LIBOR.

–Comparación entre una opción de compra y un futuro de divisas.

–Determinación de opciones de compra y sus costes y riesgos: call y put.

–Cálculo de costes y riesgos del seguro de cambio para operaciones de importación/ exportación.

–Financiación en exportación/importación:

• Facturación en euros, financiación en euros.

• Facturación en euros, financiación en divisa extranjera.

• Facturación en divisa extranjera, facturación en otra divisa.

–Determinación del montante de un crédito a la exportación y su cuadro de amortización.

–Cálculo de los costes de una operación de factoring y forfaiting.

–Cálculo de las cuotas de un leasing y su amortización.

–Explicación práctica del funcionamiento del sistema CARI.

–Elaboración de un cuadro comparativo de las pólizas de seguro a la exportación/importación que ofrece el Cesce, a partir de la información obtenida de su página web.

En todos los cálculos de actividades (como seguro de cambio, amortización de préstamos, cálculo cuotas de leasing, factoring o forfaiting entre otras), se utilizará la hoja de cálculo, para conocer así su aplicación práctica.

Para llevar a cabo estas actividades y favorecer el adecuado desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, sería conveniente contar con un aula dotada con equipos informáticos, software ofimático y conexión a Internet, que permitan una participación activa de todo el alumnado. Así mismo, sería interesante poder disponer de otros periféricos y recursos como proyector, pantalla, pizarra digital para apoyar la tarea docente.

En cuanto a los recursos externos de los que se puede disponer para apoyar el trabajo en el aula, siempre hay que tener presente a Internet como fuente de recursos, por ejemplo, para conseguir referencias de licitaciones internacionales publicadas en diferentes boletines autonómicos, nacionales o europeos, y poder analizar su contenido y requisitos exigidos para concursar.

Así mismo, se puede recurrir a las entidades bancarias para, por ejemplo, solicitar información sobre los créditos ICO disponibles para la exportación/importación.

Por otra parte, se sugiere utilizar prensa escrita especializada, como revistas de exportación de ámbito nacional e internacional, y aquellas que editan los organismos oficiales como el CESCE, las Cámaras de Comercio Regionales, el propio Forex y otros. También se puede contar con referencias en soporte digital, como las páginas web oficiales del CESCE, ICO, FOREX, ICEX... y revistas digitales dedicadas a la exportación.

Sería recomendable utilizar alguna plataforma de contenidos, tipo Moodle, como apoyo a la asignatura, con recursos, actividades y otros contenidos que permitan al alumnado trabajar tanto en el aula como desde su casa.

En cuanto a su relación con otros módulos, este módulo de Financiación internacional debe coordinarse con el de Gestión económica y financiera de la empresa, de primer curso, ya que para desarrollar los contenidos de los bloques cuarto y quinto (leasing y crédito a la exportación) es preciso que, en el módulo señalado se hayan explicado antes los modelos de amortización de un préstamo. Así mismo los alumnos deben contar también con conocimientos de capitalización y descuento simple y compuesto, que se imparten en el módulo señalado, para poder abordar adecuadamente los contenidos de descuento de efectos –factoring– (bloque cuarto) y seguro de cambio (bloque tercero).

Módulo Profesional: Comercio digital internacional.

Código: 0827.

Equivalencia en créditos ECTS: 4.

Duración: 60 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Elabora el plan de marketing digital internacional, diseñando las políticas específicas que han de desarrollarse.

Criterios de evaluación:

a) Se ha confeccionado un plan de marketing digital internacional capaz de alcanzar los objetivos comerciales de la empresa en el exterior.

b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online internacional.

c) Se han fijado las normas que han de cumplirse para realizar la publicidad y promoción online en el ámbito internacional.

d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing internacional de buscadores.

e) Se han evaluado los desafíos del marketing electrónico internacional: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.

f) Se han gestionado electrónicamente las relaciones con los clientes internacionales, definiendo claramente el programa de fidelización y las herramientas que se van a utilizar.

g) Se han reconocido las nuevas tendencias de comunicación y de relación con el cliente en el marketing digital internacional.

h) Se han realizado acciones de marketing internacional por medio de dispositivos móviles.

2. Realiza las tareas básicas necesarias para utilizar la red Internet, enfocando su uso como un canal de promoción internacional de la empresa.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red a nivel internacional.

b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.

c) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.

d) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranets.

e) Se han utilizado los principales programas navegadores nacionales e internacionales para moverse por la red.

f) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.

g) Se han utilizado buscadores nacionales e internacionales especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

3. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico, transferencia de archivos, foros internacionales de comunicación y redes sociales.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.

b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.

c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.

d) Se ha identificado el protocolo de la red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.

e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).

f) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros internacionales de debate y opinión.

g) Se han establecido contactos internacionales sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.

h) Se han realizado comunicaciones con usuarios internacionales de la red a través de redes sociales.

4. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas internacionales on-line.

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio online internacional.

b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico internacional.

c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.

d) Se ha diseñado una tienda virtual de ámbito internacional.

e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.

f) Se han establecido los medios de pago internacionales que se va a utilizar.

g) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.

h) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

5. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas, propias del comercio internacional, de forma telemática, utilizando en cada caso el software específico.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura (Edifact, xml, pdf, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros).

b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.

c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.

d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.

e) Se han realizado tareas administrativas online con organismos públicos y privados de ámbito nacional e internacional.

f) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en los equipos informáticos.

g) Se han implementado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información almacenada.

Contenidos.

Elaboración del plan de marketing digital internacional:

–Desarrollo del plan de marketing digital internacional.

–Características específicas del cliente online internacional.

–Promoción online y offline de la web exportadora.

–Herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines.

–Políticas de captación: proceso de creación de una marca.

–Análisis de estadísticas y medición de resultados.

–Marketing internacional de afiliación.

–Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM).

–Cross marketing.

- Marketing viral.
 - Marketing one-to-one.
 - Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.
 - Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.
- Realización de las tareas básicas para la utilización de Internet:
- Internet y su origen.
 - Funcionamiento: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web y los dominios de la red.
 - Modos de conectarse a Internet.
 - Configuración de acceso.
 - Las intranets y las extranets.
 - El navegador y su funcionamiento: navegadores más utilizados.
 - Búsqueda de información nacional e internacional en la red.
 - Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.
 - Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, los servicios adicionales y las herramientas específicas.
- Gestión de diversos servicios de Internet:
- Correo electrónico. Su funcionamiento.
 - El correo web: creación de una cuenta. Las funciones básicas de leer, responder y enviar.
 - Correo no deseado.
 - Correo POP3. Su utilización.
 - Gestión de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.
 - Transferencia de archivos. Su utilización.
 - Servidores FTP. Aplicaciones FTP.
 - Redes P2P (peer to peer). Aplicaciones.
 - Los foros internacionales. Leer y escribir en un foro.
 - Los grupos de discusión internacionales.
 - Redes sociales internacionales.
 - Weblogs, blogs o bitácoras.
 - Redes sociales internacionales para empresas.
 - Añadir elementos a una página de una red social internacional.
 - Comprar y vender en redes sociales internacionales.
- Definición de la política de comercio electrónico internacional de una empresa:
- Diseño de una tienda virtual internacional.
 - Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
 - Selección y registro de dominio.
 - Escaparate web. Catálogo electrónico.
 - Control logístico de las mercancías vendidas online.
 - La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.
 - La importancia financiera de la reclamación.
 - Medios internacionales de pago electrónico.
 - Períodos de reflexión y cancelaciones.
 - Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.
 - Firma.
 - Certificados digitales.
 - Encriptación.
 - Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.
- Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tareas administrativas:
- Factura electrónica.
 - Programas de facturación electrónica.
 - Seguridad: firma electrónica reconocida.
 - Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional y páginas de los servicios de hacienda sobre aduanas, entre otras.
 - Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: OMC, UE, ICEX y cámaras de comercio, entre otras.
 - Seguridad en Internet. Spam, virus informáticos, spyware, phishing.
 - Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.

Orientaciones didácticas.

El objetivo de este módulo es que el alumnado adquiera los conceptos básicos, la terminología y las competencias profesionales necesarias para utilizar herramientas informáticas apropiadas para el marketing digital de una empresa, utilizando diferentes medios de Internet, tales como buscadores, redes sociales, tienda internacional on-line, etc. Así mismo, se pretende que los alumnos y alumnas aprendan a aplicar correctamente todos estos medios en la realización de un plan de marketing, bien para llevarlo a cabo por sí mismos o bien para hacérselo llegar a un profesional.

Se considera importante que el desarrollo de este módulo se fundamente en una combinación equilibrada de los principios "saber y saber hacer". Los alumnos y alumnas deberían alcanzar la competencia necesaria, tanto para el manejo de herramientas informáticas e Internet, como para implementar/poner en marcha un plan de marketing digital.

En lo que se refiere al tratamiento de los contenidos del módulo, se sugiere que estos se aborden en la misma secuencia en la que se han expuesto en el apartado correspondiente de este currículo.

Considerando la limitada asignación horaria de que dispone este módulo, es aconsejable destinar de forma específica la mitad del tiempo asignado al módulo a la realización de las actividades prácticas que se consideran habilidades básicas, tales como:

- Confeccionar un sencillo plan de marketing digital.
- Implementar posicionamiento SEM, SEO en Internet y buscadores.
- Conseguir presencia y relevancia en las redes sociales.
- Implementar una pequeña tienda virtual B2C con presencia en Internet.

Se sugiere plantear el desarrollo de estas actividades prácticas como un proyecto, a realizar a lo largo de todo el curso, que sea lo más real posible. Esta metodología ayudaría a transmitir al alumnado la sensación de que están aprendiendo algo útil, de forma práctica y directa, fácilmente aplicable a su futuro profesional. De esta forma, la motivación de los alumnos y alumnas por la asignatura aumenta y se fomenta entre ellos el autoempleo y el emprendimiento.

El proyecto se podría estructurar de la siguiente manera:

- Realización del proyecto en grupos de 2 ó 3 personas.
- Creación de una empresa simulada por parte de cada grupo. Estas empresas pueden ser:

- Empresas virtuales.
- Empresas de la red de "Empresas Simuladas" ya existentes en los centros de formación profesional (los alumnos de este ciclo podrían colaborar como departamento de exterior).
- Colaboración real con emprendedores, micro-pymes o empresas colaboradoras de F.C.T.

-Creación de una tienda on-line para la empresa anterior.

-Redacción de un plan de marketing digital tanto para la empresa como para la tienda on-line. El plan debe comprender acciones y documentos que desarrollen la estrategia para la presencia en la web, redes sociales, campañas de publicidad, etc.

-Realizar las siguientes actividades prácticas, ejecutándolas de forma lo más real posible:

- Posicionamiento SEM, SEO en Internet y buscadores.
- Presencia y relevancia en las redes sociales.

Para llevar a la práctica estas actividades y otras implicadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje, sería preciso contar con los recursos apropiados, tales como pizarra electrónica, proyector, ordenadores con conexión a Internet para buscar información, visitar redes sociales, contactar con empresas, etc. También sería muy importante contar con un servidor con presencia real en Internet.

Módulo Profesional: Inglés.

Equivalencia en créditos ECTS: 4.

Código: 0179a).

Duración: 130 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Reconoce las principales ideas de una información oral emitida en inglés sobre temas de su interés o de las actividades de la vida cotidiana, en situaciones de comunicación presencial y no presencial, cuando sus interlocutores emiten un discurso claro y con lentitud.

Criterios de evaluación:

- a) Se han comprendido en su integridad los mensajes cortos, como avisos, advertencias o anuncios, siempre que no exista gran distorsión provocada por sonidos ambientales.
 - b) Se han identificado con precisión datos y hechos concretos relacionados con elementos predecibles de su actividad, tales como números, cantidades y tiempos.
 - c) Se ha identificado el tema de conversación entre hablantes nativos cuando esta se produce con claridad y en lenguaje estándar.
 - d) Se ha interpretado sin dificultad el discurso que se le dirige con claridad, relacionado con sus actividades cotidianas, si tiene ocasión de pedir, ocasionalmente, que le repitan o reformulen lo que le dicen.
 - e) Se han identificado los elementos esenciales de las informaciones contenidas en discursos grabados o comunicaciones no presenciales referidas a asuntos cotidianos previsible, si el discurso se ha formulado con claridad y lentitud.
2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.

b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.

c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados con su especialidad, siempre que se puedan volver a leer las secciones difíciles.

d) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales, y decidido si es oportuno un análisis más profundo.

e) Se han realizado traducciones de textos complejos relativos a su ámbito profesional utilizando material de apoyo en caso necesario.

f) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.

g) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

3. Se expresa oralmente con razonable fluidez y claridad sobre temas de la vida cotidiana, en situaciones de comunicación interpersonal presencial o a distancia empleando palabras y expresiones sencillas.

Criterios de evaluación:

a) Se ha expresado el discurso con una entonación adecuada y una pronunciación clara y comprensible aunque sea evidente el acento extranjero y los interlocutores puedan pedir, ocasionalmente, repeticiones.

b) Se han realizado descripciones o narraciones de hechos o acontecimientos no previstos de antemano con un nivel de detalle suficiente para su correcta comprensión.

c) Se han empleado circunloquios para salvar dificultades con el vocabulario.

d) Se ha expresado con precisión, empleando un vocabulario suficiente y frases sencillas relativamente estandarizadas, la información relativa a cantidades, números, características y hechos relacionados con su campo profesional.

e) Se ha adecuado la expresión oral en inglés a la situación comunicativa, incluyendo los elementos requeridos de comunicación no verbal.

4. Cumplimenta en inglés documentos y redacta cartas, mensajes o instrucciones relacionados con su ámbito de interés, con la cohesión y coherencia requeridas para una comunicación eficaz.

Criterios de evaluación:

a) Se han cumplimentado con corrección y empleando la terminología específica, formularios, informes breves y otro tipo de documentos normalizados o rutinarios.

b) Se han redactado cartas, faxes, correos electrónicos, notas e informes sencillos y detallados de acuerdo con las convenciones apropiadas para estos textos.

c) Se han resumido con fiabilidad informaciones procedentes de revistas, folletos, Internet y otras fuentes, sobre asuntos rutinarios, pudiendo utilizar las palabras y la ordenación de los textos originales para generar textos breves o resúmenes coherentes en un formato convencional.

d) Se han redactado cartas, descripciones y otros escritos sobre temas generales o de interés personal que incluyan datos, opiniones personales o sentimientos, con razonable nivel de detalle y precisión.

e) Se han elaborado todos los documentos propios de su actividad con una corrección razonable en los elementos gramaticales básicos, en los signos de puntuación y en la ortografía de palabras habituales, con una estructura coherente y cohesionada, y empleando un vocabulario suficiente para expresarse sobre la mayoría de los temas de su interés en la vida ordinaria.

f) Se han tenido en cuenta las características socioculturales del destinatario y el contexto en el que se produce la comunicación en la producción de los documentos escritos.

g) Se han aplicado criterios de contextualización y de coherencia en la selección de la información procedente de las herramientas de traducción.

5. Se comunica oralmente en inglés con otros interlocutores manteniendo un intercambio sencillo y directo sobre asuntos cotidianos de su interés.

Criterios de evaluación:

a) Se han iniciado, mantenido y terminado conversaciones presenciales sencillas sobre temas de interés personal.

b) Se ha participado sin dificultad en intercambios verbales breves sobre situaciones rutinarias en las que se abordan temas conocidos.

c) Se han requerido ocasionalmente aclaraciones o repeticiones de alguna parte del discurso emitido por los interlocutores cuando se refiere a situaciones predecibles.

d) Se han empleado las convenciones adecuadas para entablar o finalizar conversaciones de manera adecuada al contexto comunicativo.

e) Se ha ajustado la interacción oral, incluyendo el lenguaje no verbal, al medio de comunicación (presencial o no presencial), a la situación

comunicativa (formal o informal) y a las características socioculturales del interlocutor.

f) Se ha manifestado una riqueza de vocabulario suficiente para expresarse en torno a las situaciones rutinarias de interacción social en su ámbito profesional.

Contenidos.

Análisis de mensajes orales:

–Comprensión de mensajes cotidianos.

–Mensajes directos y telefónicos.

–Terminología básica específica del sector profesional.

–Ideas principales y secundarias.

–Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.

–Otros recursos lingüísticos: acuerdo y desacuerdo, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

Interpretación de mensajes escritos:

–Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.

–Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

–Terminología específica del sector profesional. "False friends".

–Ideas principales y secundarias.

–Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, I wish + pasado simple o perfecto, I wish + would, if only; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.

–Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

–Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Producción de mensajes orales:

–Mensajes orales:

• Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.

• Terminología básica específica del sector profesional. "False friends".

• Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.

• Otros recursos lingüísticos: acuerdo y desacuerdo, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

• Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.

Emisión de textos escritos:

–Expresión y cumplimentación de mensajes y textos básicos profesionales y cotidianos:

• Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

• Terminología básica específica del sector profesional.

• Idea principal e ideas secundarias.

• Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.

–Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

–Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

–Coherencia textual:

• Adecuación del texto al contexto comunicativo.

• Tipo y formato de texto.

• Variedad de lengua. Registro.

• Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.

• Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación, conclusión y/o resumen del discurso.

• Uso de los signos de puntuación.

Interacción oral:

–Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:

• Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

• Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.

• Acomodación del estilo comunicativo al destinatario, el contexto y el objetivo de la comunicación.

• Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

• Utilización de estrategias de comunicación no verbal para reforzar la interacción oral.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional tiene como objetivo fundamental consolidar la competencia lingüística con la que el alumnado accede a esta formación y reforzarla en el contexto del sector profesional, haciendo especial hincapié en las destrezas que le permitan desenvolverse con comodidad en las

situaciones comunicativas habituales de la vida ordinaria y profesional. Considerando la relevancia que tiene un manejo competente de los idiomas dentro del perfil profesional del título en el que se enmarca este módulo de Inglés, se ha estimado la conveniencia de dividirlo entre los dos cursos para evitar que se produzca una interrupción en la utilización del idioma durante la formación del alumnado.

Diversos estudios europeos referentes a las necesidades manifestadas por los trabajadores respecto al empleo del idioma en situaciones relacionadas con su actividad laboral ponen de manifiesto que dichas necesidades deben atender, primeramente, a interacciones sociales no estrictamente profesionales, por lo que el enfoque de este módulo, más que dirigido a la formación del alumnado en el inglés técnico más propio de la profesión, persigue la utilización del idioma en situaciones de comunicación ordinarias, sin renunciar, como es lógico, a introducir el contexto profesional propio del sector profesional en las actividades de enseñanza-aprendizaje que se propongan en el aula.

Por todo ello, y en consonancia con lo que se propone en el Marco Europeo de referencia para las lenguas, el módulo se debe enfocar hacia la consecución, por parte del alumnado, de una comunicación eficaz en situaciones ordinarias y profesionales reales. Con esta finalidad, el proceso de enseñanza-aprendizaje se debería enfocar desde un punto de vista eminentemente práctico, en el que la enseñanza de la gramática sea observada como revisión de lo estudiado en cursos anteriores y se contextualice en situaciones comunicativas de interés real para el alumnado, lo que favorecerá que este adquiera conciencia de la necesidad de desenvolverse de forma independiente en el idioma objeto de aprendizaje. Así mismo, convendría centrar el esfuerzo en que los alumnos y alumnas sean capaces, en un primer estadio, de comunicarse de manera autónoma y coherente, para incidir posteriormente en la corrección, fluidez y exactitud de la expresión. La utilización, de manera exclusiva, del idioma inglés en el aula, tanto por parte del profesor o profesora como por parte del alumnado, supondrá una contribución importante a los objetivos que se persiguen.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje debieran diseñarse de manera que expongan al alumnado a situaciones comunicativas lo más auténticas posible, que potencien de manera especial las destrezas de comprensión y expresión oral y, por tanto, de interacción.

El ejercicio de las destrezas de comprensión lectora puede proporcionar una buena ocasión para contextualizar el aprendizaje en el campo profesional, extrayendo datos, informaciones y vocabulario específico de documentos reales que, en buena medida, serán accesibles a través de Internet. De manera similar puede contribuir la realización por parte de los alumnos y alumnas de presentaciones electrónicas en las que se describan procesos de trabajo, instrucciones de operación, funcionamiento de equipos, etc relativos a su campo profesional.

Las tecnologías de la comunicación suponen una herramienta muy valiosa para colocar al alumnado en situaciones reales de comunicación, algunas de las cuales ya han sido mencionadas, y a las que cabría añadir otras del tipo webquest, intercambio de correo electrónico con e-pals, participación en proyectos del tipo e-Twinning, participación en blogs, etc, sin olvidar Internet como fuente casi inagotable de recursos (diccionarios, podcasts, vodcasts, publicaciones técnicas...) a los que se accede fácil y, en muchos casos, gratuitamente. Así mismo, conviene tener presente que los ciclos formativos son la plataforma que permite la participación del alumnado en programas europeos de aprendizaje permanente, lo que puede suponer un estímulo añadido para plantear situaciones comunicativas muy reales de su interés.

Otro aspecto al que conviene prestar atención es al desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es importante que, en el marco de esta formación con vocación finalista, se garantice que el alumnado conozca las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, la diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen al inglés como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la competencia comunicativa del alumnado, es decir, en la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo y, en la misma línea, el Marco Europeo de referencia para las lenguas puede resultar un instrumento muy valioso para diseñar herramientas de evaluación.

Módulo Profesional: Segunda lengua extranjera I.

Código: NA19a.

Duración: 100 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Reconoce información cotidiana y profesional específica contenida en discursos orales claros y sencillos emitidos en lengua estándar, identificando el contenido global del mensaje.

Criterios de evaluación:

- Se ha situado el mensaje en su contexto profesional.
 - Se ha captado la idea principal del mensaje.
 - Se ha identificado la información específica contenida en el mismo.
 - Se ha identificado la actitud e intención del interlocutor.
 - Se han extraído las ideas principales de un mensaje emitido por un medio de comunicación.
 - Se ha identificado el hilo argumental de una situación comunicativa visionada.
 - Se han determinado los roles que aparecen en una secuencia visionada.
2. Interpreta información profesional escrita contenida en textos sencillos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

- Se han leído de forma comprensiva textos específicos de su ámbito profesional.
- Se ha identificado con precisión la terminología utilizada.
- Se ha extraído la información más relevante de un texto relativo a su profesión.
- Se han realizado traducciones directas e inversas de textos específicos sencillos, utilizando materiales de consulta y diccionarios técnicos.
- Se ha interpretado el mensaje recibido a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.
- Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- Se han leído con cierto grado de independencia distintos tipos de textos, adaptando el estilo y la velocidad de lectura aunque pueda presentar alguna dificultad con modismos poco frecuentes.

3. Emite mensajes orales sencillos, claros y bien estructurados, relacionando el propósito del mensaje con las estructuras lingüísticas adquiridas.

Criterios de evaluación:

- Se ha comunicado utilizando fórmulas sencillas, nexos de unión y estrategias de interacción.
- Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
- Se han manifestado preferencias laborales en su sector profesional.
- Se ha descrito con relativa fluidez su entorno profesional más próximo.
- Se han secuenciado las actividades propias de un proceso productivo de su sector profesional.
- Se han realizado, de manera clara, presentaciones breves y preparadas sobre un tema dentro de su especialidad.
- Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones adaptadas a su nivel.
- Se ha respondido a preguntas breves complementarias relativas a su profesión.
- Se ha intercambiado, con cierta fluidez, información específica utilizando frases de estructura sencilla.

4. Elabora textos sencillos, relacionando reglas gramaticales con el propósito de los mismos.

Criterios de evaluación:

- Se ha cumplimentado información básica requerida en distintos tipos de documentos.
 - Se ha elaborado una solicitud de empleo a partir de una oferta de trabajo dada.
 - Se ha redactado un breve currículum.
 - Se ha cumplimentado un texto dado con apoyos visuales y claves lingüísticas aportadas.
 - Se ha redactado una carta comercial a partir de instrucciones detalladas y modelos dados.
 - Se han realizado resúmenes breves de textos sencillos, relacionados con su entorno profesional.
5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

- Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Contenidos.

Reconocimiento de mensajes orales básicos:

–Comprensión de mensajes orales en situaciones diversas: habituales, personales y profesionales.

–Mensajes sencillos directos, telefónicos y grabados.

–Ideas principales.

–Recursos gramaticales: estructura de la oración, tiempos verbales, nexos.

–Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, opiniones y consejos.

–Reconocimiento de mensajes orales provenientes de hablantes cuya lengua materna no sea esta lengua extranjera o sean originarios de países no europeos hablantes de esta lengua.

Interpretación de mensajes escritos básicos:

–Comprensión global de documentos sencillos relacionados con situaciones tanto de la vida profesional como cotidiana.

–Ideas principales.

–Síntesis de ideas contenidas en documentos escritos (correos electrónicos, faxes, reclamaciones, entre otros).

–Recursos gramaticales: estructura de la oración, tiempos verbales, nexos, fórmulas de cortesía, entre otros).

–Relaciones temporales básicas: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Producción de mensajes orales básicos:

–Creación de la comunicación oral.

–Participación en conversaciones y exposiciones relativas a situaciones de la vida profesional.

–Aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales (estructura de la oración, tiempos verbales y nexos).

–Fonética. Expresión fónica, entonación y ritmo.

–Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

–Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.

–Utilización de recursos lingüísticos y semánticos (sinonimia).

–Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

–Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.

–Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.

Elaboración de textos escritos básicos:

–Redacción de documentos-tipo específicos, relacionados con aspectos profesionales.

–Aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales (estructura de la oración, tiempos verbales y nexos).

–Relaciones temporales básicas: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

–Nexos.

–Aplicación de fórmulas y estructuras hechas utilizadas en la comunicación escrita.

–Fórmulas epistolares: estructuras de encabezamiento, desarrollo y despedida.

–Estructura de un e-mail, fax, burofax, así como de otros documentos estándar.

–Coherencia textual.

–Tipo y formato de texto.

–Selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante.

–Uso de los signos de puntuación.

Aplicación de actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación:

–Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países en que la lengua extranjera es lengua materna.

–Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.

–Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

–Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.

–Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional tiene como objetivo fundamental proporcionar al alumnado una competencia lingüística que le permita desenvolverse

en los entornos profesionales en los que necesite utilizar esta lengua extranjera, manejándose con suficiente soltura en las situaciones comunicativas habituales de la vida ordinaria y profesional. Considerando la relevancia que tiene un manejo competente de los idiomas dentro del perfil profesional del título en el que se enmarca este módulo, se ha estimado la conveniencia de dividirlo entre los dos cursos para evitar que se produzca una interrupción en la utilización del idioma durante la formación del alumnado.

Diversos estudios europeos referentes a las necesidades manifestadas por los trabajadores respecto al empleo del idioma en situaciones relacionadas con su actividad laboral ponen de manifiesto que dichas necesidades deben atender, primeramente, a interacciones sociales no estrictamente profesionales, por lo que el enfoque de este módulo, más que dirigido a la formación del alumnado en aspectos técnicos más propios de la profesión, persigue la utilización del idioma en situaciones de comunicación ordinarias, sin renunciar, como es lógico, a introducir el contexto profesional propio del sector profesional en las actividades de enseñanza-aprendizaje que se propongan en el aula.

Por todo ello, y en consonancia con lo que se propone en el Marco Europeo de referencia para las lenguas, el módulo se debe enfocar hacia la consecución, por parte del alumnado, de una comunicación eficaz en situaciones ordinarias y profesionales reales. Con esta finalidad, el proceso de enseñanza-aprendizaje se debería enfocar desde un punto de vista eminentemente práctico, en el que la enseñanza de la gramática sea observada como revisión de lo estudiado en cursos anteriores y se contextualice en situaciones comunicativas de interés real para el alumnado, lo que favorecerá que este adquiera conciencia de la necesidad de desenvolverse de forma independiente en el idioma objeto de aprendizaje. Así mismo, convendría centrar el esfuerzo en que los alumnos sean capaces, en un primer estadio, de comunicarse de manera autónoma y coherente, para incidir posteriormente en la corrección, fluidez y exactitud de la expresión. La utilización, de manera exclusiva, de la segunda lengua extranjera en el aula, tanto por parte del profesor o profesora como por parte del alumnado, supondrá una contribución importante a los objetivos que se persiguen.

La propuesta de contenidos que se ha presentado en el apartado correspondiente tiene un valor de referencia dirigido al desarrollo de las destrezas básicas, que habrá que ajustar en función del idioma por el que opte para su tratamiento en este módulo de Segunda lengua extranjera I. Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje convendría que se diseñaran de manera que expongan al alumnado a situaciones comunicativas lo más auténticas posible, que potencien de manera especial las destrezas de comprensión y expresión oral y, por tanto, de interacción.

El ejercicio de las destrezas de comprensión lectora puede proporcionar una buena ocasión para contextualizar el aprendizaje en el campo profesional, extrayendo datos, informaciones y vocabulario específico de documentos reales que, en buena medida, serán accesibles a través de internet. De manera similar puede contribuir la realización por parte de los alumnos y alumnas de presentaciones electrónicas en las que se describan procesos de trabajo, instrucciones de operación, funcionamiento de equipos, etc relativos a su campo profesional.

Las tecnologías de la comunicación suponen una herramienta muy valiosa para colocar al alumnado en situaciones reales de comunicación, algunas de las cuales ya han sido mencionadas, y a las que cabría añadir otras del tipo webquest, intercambio de correo electrónico con e-pals, participación en proyectos del tipo e-Twinning, participación en blogs, etc, sin olvidar Internet como fuente casi inagotable de recursos (diccionarios, podcasts, vodcasts, publicaciones técnicas...) a los que se accede fácil y, en muchos casos, gratuitamente. Así mismo, conviene tener presente que los ciclos formativos son la plataforma que permite la participación del alumnado en programas europeos de aprendizaje permanente, lo que puede suponer un estímulo añadido para plantear situaciones comunicativas muy reales de su interés.

Otro aspecto al que conviene prestar atención es al desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es importante que, en el marco de esta formación con vocación finalista, se garantice que el alumnado conozca las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, la diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen a esta segunda lengua extranjera como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la competencia comunicativa del alumnado, es decir, en la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo.

Módulo Profesional: Segunda lengua extranjera I.

Código: NA19b.

Duración: 40 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Reconoce las principales ideas de una información oral emitida en la lengua extranjera sobre temas de su interés o de las actividades de la vida cotidiana, en situaciones de comunicación presencial y no presencial, cuando sus interlocutores emiten un discurso claro y con lentitud.

Criterios de evaluación:

a) Se han comprendido en su integridad los mensajes cortos, como avisos, advertencias o anuncios, siempre que no exista gran distorsión provocada por sonidos ambientales.

b) Se han identificado con precisión datos y hechos concretos relacionados con elementos predecibles de su actividad, tales como números, cantidades y tiempos.

c) Se ha identificado el tema de conversación entre hablantes nativos cuando esta se produce con claridad y en lenguaje estándar.

d) Se ha interpretado sin dificultad el discurso que se le dirige con claridad, relacionado con sus actividades cotidianas, si tiene ocasión de pedir, ocasionalmente, que le repitan o reformulen lo que le dicen.

e) Se han identificado los elementos esenciales de las informaciones contenidas en discursos grabados o comunicaciones no presenciales referidas a asuntos cotidianos previsible, si el discurso se ha formulado con claridad y lentitud.

2. Comprende textos sencillos en la lengua extranjera redactados en un lenguaje habitual, sobre asuntos cotidianos de su interés, con un aceptable grado de independencia que le permite extraer información relevante de carácter general o específico.

Criterios de evaluación:

a) Se ha localizado y comprendido la idea general o una información de interés concreta en un texto relativo a asuntos ordinarios.

b) Se ha aplicado la técnica de lectura adecuada a los distintos textos de uso cotidiano y a la finalidad de la lectura, para localizar información relevante.

c) Se han extraído datos e informaciones necesarias para realizar una tarea específica a partir de distintas partes de un texto o de textos diferentes de uso ordinario, o de otras fuentes específicas si se emplea la ayuda del diccionario.

d) Se ha extrapolado el significado de palabras desconocidas por el contexto en temas relacionados con sus intereses o con temas no habituales.

e) Se han interpretado con exactitud instrucciones sencillas referentes al manejo de un aparato o equipo.

f) Se han aplicado criterios de contextualización y de coherencia en la selección de la información procedente de las herramientas de traducción.

3. Se expresa oralmente con razonable fluidez y claridad sobre temas de la vida cotidiana, en situaciones de comunicación interpersonal presencial o a distancia empleando palabras y expresiones sencillas.

Criterios de evaluación:

a) Se ha expresado el discurso con una entonación adecuada y una pronunciación clara y comprensible aunque sea evidente el acento extranjero y los interlocutores puedan pedir, ocasionalmente, repeticiones.

b) Se han realizado descripciones o narraciones de hechos o acontecimientos no previstos de antemano con un nivel de detalle suficiente para su correcta comprensión.

c) Se han empleado circunloquios para salvar dificultades con el vocabulario.

d) Se ha expresado con precisión, empleando un vocabulario suficiente y frases sencillas relativamente estandarizadas, la información relativa a cantidades, números, características y hechos relacionados con su campo profesional.

e) Se ha adecuado la expresión oral en la lengua extranjera a la situación comunicativa, incluyendo los elementos requeridos de comunicación no verbal.

4. Cumplimenta en la lengua extranjera documentos y redacta cartas, mensajes o instrucciones relacionados con su ámbito de interés, con la cohesión y coherencia requeridas para una comunicación eficaz.

Criterios de evaluación:

a) Se han cumplimentado con corrección y empleando la terminología específica, formularios, informes breves y otro tipo de documentos normalizados o rutinarios.

b) Se han redactado cartas, faxes, correos electrónicos, notas e informes sencillos y detallados de acuerdo con las convenciones apropiadas para estos textos.

c) Se han resumido con fiabilidad informaciones procedentes de revistas, folletos, Internet y otras fuentes, sobre asuntos rutinarios, pudiendo

utilizar las palabras y la ordenación de los textos originales para generar textos breves o resúmenes coherentes en un formato convencional.

d) Se han redactado cartas, descripciones y otros escritos sobre temas generales o de interés personal que incluyan datos, opiniones personales o sentimientos, con razonable nivel de detalle y precisión.

e) Se han elaborado todos los documentos propios de su actividad con una corrección razonable en los elementos gramaticales básicos, en los signos de puntuación y en la ortografía de palabras habituales, con una estructura coherente y cohesionada, y empleando un vocabulario suficiente para expresarse sobre la mayoría de los temas de su interés en la vida ordinaria.

f) Se han tenido en cuenta las características socioculturales del destinatario y el contexto en el que se produce la comunicación en la producción de los documentos escritos.

g) Se han aplicado criterios de contextualización y de coherencia en la selección de la información procedente de las herramientas de traducción.

5. Se comunica oralmente en la lengua extranjera con otros interlocutores manteniendo un intercambio sencillo y directo sobre asuntos cotidianos de su interés.

Criterios de evaluación:

a) Se han iniciado, mantenido y terminado conversaciones presenciales sencillas sobre temas de interés personal.

b) Se ha participado sin dificultad en intercambios verbales breves sobre situaciones rutinarias en las que se abordan temas conocidos.

c) Se han requerido ocasionalmente aclaraciones o repeticiones de alguna parte del discurso emitido por los interlocutores cuando se refiere a situaciones predecibles.

d) Se han empleado las convenciones adecuadas para entablar o finalizar conversaciones de manera adecuada al contexto comunicativo.

e) Se ha ajustado la interacción oral, incluyendo el lenguaje no verbal, al medio de comunicación (presencial o no presencial), a la situación comunicativa (formal o informal) y a las características socioculturales del interlocutor.

f) Se ha manifestado una riqueza de vocabulario suficiente para expresarse en torno a las situaciones rutinarias de interacción social en su ámbito profesional.

Contenidos.

Análisis de mensajes orales elaborados:

–Comprensión de mensajes cotidianos.

–Mensajes directos y telefónicos.

–Terminología básica específica del sector profesional.

–Ideas principales y secundarias.

–Recursos gramaticales avanzados.

–Otros recursos lingüísticos: acuerdo y desacuerdo, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

Interpretación de mensajes escritos elaborados:

–Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.

–Terminología específica del sector profesional.

–Ideas principales y secundarias.

–Recursos gramaticales avanzados.

–Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

Producción de mensajes orales elaborados:

–Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.

–Terminología básica específica del sector profesional.

–Recursos gramaticales avanzados.

–Otros recursos lingüísticos: acuerdo y desacuerdo, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

–Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.

Emisión de textos escritos elaborados:

–Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.

–Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

–Terminología básica específica del sector profesional.

–Idea principal e ideas secundarias.

–Recursos gramaticales avanzados.

–Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

–Coherencia textual.

Interacción oral fluida:

–Mantenimiento y seguimiento del discurso oral fluido.

–Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra de forma ágil.

–Acomodación del estilo comunicativo al destinatario, el contexto y el objetivo de la comunicación.

–Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

–Utilización de estrategias de comunicación no verbal para reforzar la interacción oral.

Orientaciones didácticas.

El módulo profesional de Lengua extranjera I se ha dividido entre los dos cursos para evitar que se produzca una interrupción en la utilización del idioma durante la formación del alumnado. Considerando que, en este caso, la segunda lengua extranjera trata un segundo nivel del idioma dentro del ciclo formativo, el enfoque de este módulo se puede dirigir a incrementar la competencia lingüística del alumnado, especialmente en los aspectos relacionados con la comprensión y la expresión oral, así como a reforzar la formación en aspectos técnicos del lenguaje propios de su especialidad, sin dejar de lado el desarrollo de las capacidades necesarias para desenvolverse en situaciones de comunicación ordinarias. Esta última dimensión adquiere una relevancia especial en este curso, desde el que los alumnos y alumnas pueden acceder a su participación en los programas europeos para el aprendizaje permanente.

Por todo ello, y en consonancia con lo que se propone en el Marco Europeo de referencia para las lenguas, el módulo se debe enfocar hacia la consecución, por parte del alumnado, de una comunicación eficaz en situaciones ordinarias y profesionales reales que, dentro de este perfil profesional, tiene una especial relevancia. Así mismo, convendría centrar el esfuerzo en que los alumnos sean capaces de comunicarse de manera autónoma y coherente con un nivel más exigente en la corrección, fluidez y exactitud de la expresión. La utilización, de manera exclusiva, de la lengua extranjera en el aula, tanto por parte del profesor o profesora como por parte del alumnado, supondrá una contribución importante a los objetivos que se persiguen.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje debieran diseñarse de manera que expongan al alumnado a situaciones comunicativas lo más auténticas posible, que potencien de manera especial las destrezas de comprensión y expresión oral y, por tanto, de interacción, prestando especial atención a la formalización de los documentos asociados a la actividad habitual del sector profesional.

El ejercicio de las destrezas de comprensión lectora puede proporcionar una buena ocasión para profundizar la contextualización del aprendizaje en el campo profesional, extrayendo datos, informaciones y vocabulario específico de documentos reales que, en buena medida, serán accesibles a través de Internet. De manera similar puede contribuir la realización por parte de los alumnos y alumnas de presentaciones electrónicas en las que se describan procesos de trabajo, instrucciones de operación, redacción de cartas de respuesta a quejas y reclamaciones, etc relativos a su campo profesional.

Otro aspecto en el que conviene incidir es en el desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y a las que en este curso se presta una mayor atención dentro de este módulo. Es importante que se garantice que el alumnado conoce las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, las diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen a la lengua extranjera como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la competencia comunicativa del alumnado, es decir, en la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo.

Módulo Profesional: Transporte internacional de mercancías.

Código: 0622.

Equivalencia en créditos ECTS: 12.

Duración: 130 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Determina la conveniencia de los distintos modos y medios de transporte evaluando las distintas alternativas.

Criterios de evaluación:

- Se han descrito los distintos modos de transporte.
- Se han interpretado las normas básicas que regulan las modalidades de transporte y se han clasificado sus variables, analizando ventajas e inconvenientes.
- Se han determinado las distintas alternativas según la mercancía y los puntos de origen y destino.
- Se han reconocido las infraestructuras logísticas disponibles.
- Se han valorado los requerimientos y la legislación específica aplicable a las mercancías peligrosas.

f) Se han reconocido las funciones de los distintos profesionales que pueden intervenir en las expediciones internacionales.

g) Se ha analizado la normativa legal aplicable según el modo de transporte y la operación.

2. Selecciona los distintos modos y medios de transporte y las rutas óptimas, analizando las distintas alternativas.

Criterios de evaluación:

a) Se han reconocido los elementos básicos de la geografía viaria, ferroviaria, marítima y aérea de los estados miembros de la Unión Europea.

b) Se ha obtenido información sobre posibles proveedores y los servicios que prestan, en función de las características de la operación y de los medios de transporte.

c) Se han reconocido las áreas de cobertura de la ruta y los puntos operativos estratégicos.

d) Se han valorado las rutas disponibles, los puntos de intercambio óptimos, las características del producto, el destino y las condiciones de contrato, para seleccionar la ruta adecuada.

e) Se han analizado todos los componentes de costes, plazos de recogida, entrega de la mercancía y riesgos, para la selección de la ruta óptima.

f) Se han considerado las posibilidades de consolidación y/o transbordo de la mercancía, así como la fragilidad y/o peligrosidad de la mercancía.

g) Se han analizado las ventajas e inconvenientes de externalizar algunas o todas las fases del transporte.

h) Se han definido indicadores de calidad que permitan valorar las decisiones tomadas y aplicar mejoras en futuras operaciones.

i) Se ha valorado la apuesta por medios que contribuyan a políticas de conservación medioambientales.

3. Elabora y cumplimenta contratos de transporte, calculando los costes correspondientes.

Criterios de evaluación:

a) Se han descrito los contratos de transporte, teniendo en cuenta los Incoterms y las obligaciones de cada una de las partes contratantes.

b) Se ha seleccionado y formalizado el modelo de contrato del servicio de transporte.

c) Se ha identificado la normativa, las técnicas y el sistema de tarifas aplicable a cada medio de transporte.

d) Se han interpretado las cláusulas habituales y los componentes del coste del servicio de transporte terrestre, marítimo, aéreo y multimodal.

e) Se ha calculado el coste de operaciones de transportes terrestres, ferroviarios, marítimos, aéreos y multimodales, con los medios informáticos adecuados.

f) Se ha calculado el valor de la mercancía en un punto determinado de la ruta.

g) Se han valorado los costes adicionales y los riesgos que se pueden originar en función de la mercancía, el medio de transporte y la ruta.

h) Se han relacionado las incidencias producidas en las operaciones con las actuaciones posteriores para su subsanación.

4. Determina los elementos que garantizan la integridad y el tránsito de las mercancías, identificando las situaciones de riesgo habituales.

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado la legislación específica vigente según el tipo de producto: mercancía peligrosa, perecedera, animales vivos o gran volumen.

b) Se han seleccionado los medios de protección física, embalajes y/o coberturas exteriores adecuadas a la mercancía, así como el medio de transporte y las posibles manipulaciones en los centros de carga.

c) Se han descrito las condiciones de señalización, rotulación y etiquetado necesarias.

d) Se han fijado las necesidades específicas para la estiba y colocación de mercancías, según su naturaleza y la cadena de transporte utilizada.

e) Se ha valorado la importancia de dar instrucciones concretas y se han delimitado las competencias de los distintos agentes externos que intervienen en las operaciones de transporte.

5. Formaliza y gestiona la documentación de las operaciones de transporte internacional, analizando los requisitos exigidos en cada medio de transporte utilizado en función de la mercancía enviada.

Criterios de evaluación:

a) Se han seleccionado los documentos de porte y tránsito necesarios según productos, ruta y medios de transporte.

b) Se ha determinado la tipología de permisos de circulación o navegación requeridos en las distintas modalidades de transporte y los trámites para la expedición y renovación de los mismos.

c) Se han gestionado los permisos y autorizaciones previas necesarias.

d) Se han verificado los importes, fechas y plazos de toda la documentación.

e) Se han descrito los procesos de inspección de las operaciones de exportación, importación, expediciones intracomunitarias, adquisiciones intracomunitarias y de compra o venta domésticas.

f) Se han asegurado las condiciones de seguimiento y trazabilidad de la mercancía.

g) Se han seleccionado los soportes de registro y archivo, y el sistema de clasificación y mantenimiento más adecuado para la operativa de transporte internacional.

h) Se han respetado los niveles de protección, seguridad y acceso a la información, así como la normativa vigente.

i) Se han aplicado, en la formalización y archivo de la documentación, las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar).

6. Secuencia las fases habituales del transporte y las posibles incidencias, utilizando los sistemas de comunicación, gestión y supervisión adecuados en cada operación.

Criterios de evaluación:

a) Se ha analizado la importancia de la localización de la mercancía a lo largo del recorrido.

b) Se han señalado los medios de seguimiento y supervisión de cada operación.

c) Se han determinado los medios o aplicaciones de comunicación e información óptimos para cada operación, modo de transporte, ruta y destino.

d) Se ha comprobado que las instrucciones dadas a los profesionales intervinientes se ajustan al procedimiento establecido para cada operación y modo de transporte.

e) Se han definido las actuaciones que se deben realizar en caso de siniestro o incidencia.

f) Se han especificado los indicadores de calidad del servicio de transporte y las actuaciones en caso de desviaciones endógenas repetitivas.

7. Tramita el seguro de las mercancías durante el transporte, ajustándose a la normativa vigente y a las condiciones establecidas en el contrato de compraventa internacional.

Criterios de evaluación:

a) Se han descrito las características básicas de un contrato de seguro en el transporte internacional de mercancías y los elementos que lo constituyen.

b) Se han identificado los riesgos más habituales en una operación de compraventa internacional de mercancías y las necesidades de cobertura, para garantizar la llegada de las mercancías a su destino en las debidas condiciones.

c) Se han determinado los sistemas de protección jurídica de las mercancías y los tipos de pólizas de seguro más utilizadas en el comercio internacional, según la modalidad de transporte utilizado.

d) Se han utilizado las cláusulas que habitualmente se incluyen en las pólizas de seguro.

e) Se han establecido los procedimientos de contratación del seguro en las operaciones de comercio internacional.

f) Se ha seleccionado la póliza de seguro más adecuada para cada operación de comercio internacional, según sus condicionantes.

g) Se ha establecido el procedimiento que se debe seguir en caso de siniestro o incidencias surgidas en las operaciones de comercio internacional cubiertas con una póliza de seguro.

h) Se ha obtenido información sobre las principales compañías de seguros que operan en el mercado, tramitando los riesgos a través de las herramientas informáticas de sus páginas web.

Contenidos.

Determinación de los distintos modos y medios de transporte:

–El transporte internacional y su importancia en el comercio exterior.

–Logística empresarial. Logística y transporte.

–Características generales de los diferentes medios de transporte.

–Transporte por carretera. Marco normativo. Tipos de flota, características técnicas. Análisis de ventajas e inconvenientes.

–Transporte ferroviario. Redes de infraestructura. Marco normativo. Análisis de ventajas e inconvenientes.

–Transporte marítimo. Marco normativo. Clasificación de buques de carga. Tráfico tramp. Tráfico regular. Autopistas del mar. El sistema portuario. Marco normativo: normativa IMO (Internacional Maritime Organization), normativa europea, Ley de Ordenación del Transporte Marítimo. Conferencias de fletes. Análisis de ventajas e inconvenientes.

–Transporte fluvial. Marco normativo.

–Transporte aéreo. Marco normativo. Análisis de ventajas e inconvenientes. Unidades de carga, servicios, características, responsabilidades y aspectos técnicos. Sistema aeroportuario.

–Variables del transporte: medio, requerimientos legales, mercancía, origen y destino, coste y tiempo.

–Mercancías peligrosas. Marco normativo.

–Normas UNE de la calidad de la gestión del transporte público.

–Organismos públicos y empresas públicas del transporte.

–Localización de los organismos y empresas importantes existentes en la Comunidad Foral de Navarra y en su Hinterland.

–Selección de los modos y medios de transporte y de las rutas óptimas:

–Combinación de diferentes modos de transporte. Tipología de empresas y servicios. Transporte multimodal. Marco normativo. Convenio de Ginebra.

–Plataformas logísticas. ZAL, zonas francas, puertos secos, Depot, ...

–Puntos físicos de origen y destino.

–Terminales de carga y puntos de frontera.

–Localización y situación de infraestructuras existentes en la Comunidad Foral de Navarra y en su Hinterland.

–Características de carga.

–Operativa de carga.

–Planificación y distribución de cargas.

–Selección de rutas. Optimización. Evaluación de alternativas.

–Internacionalización del transporte.

Elaboración y cumplimiento de contratos de transporte:

–Contrato de transporte. Aspectos generales.

–Elementos, objeto y naturaleza del contrato de transporte.

–Clases de contrato según el medio de transporte utilizado.

–Sistemas de responsabilidad. Transferencia de riesgos.

–Daños resarcibles.

–Los sujetos del contrato de transporte. Expedidor, transportista, transportador, destinatario, transitarios y otros mediadores. Definición y diferenciación entre las distintas figuras. Derechos y obligaciones de cada uno de ellos.

–Agentes en el transporte internacional: agentes transitarios, agentes de aduanas, agentes marítimos, corredores marítimos (shipbroker), corresponsales y delegados.

–Petición de cotizaciones a empresas de transporte.

–Técnicas y tarifas de transporte. Componentes.

–Costes: cálculo y control. Costes fijos y costes variables. Tributos que afectan al transporte. Análisis de desviaciones.

–Transferencia de riesgos. Cámara de Comercio Internacional (ICC).

–Términos internacionales de comercio. Incoterms 20(XX). Nueva clasificación de los Incoterms. Aplicación de Incoterms y contrato de compra-venta al contrato de transporte internacional. Factores a valorar en la elección del Incoterm.

Determinación de los elementos que garantizan la integridad y el tránsito de las mercancías:

–Integridad física de mercancías. Unidades de transporte y embalajes.

–Riesgos de la fase del transporte.

–Protección física de mercancías y tipos de embalaje.

–Materiales existentes, tipos de envases y embalajes.

–Contenedores: dimensiones, materiales, resistencia, identificación y clasificación.

–Tipos de contenedores: aéreos y marítimos.

–Palés aéreos y marítimos.

–Normativa sobre la consolidación y la compatibilidad de productos.

–Preparación de la mercancía para el transporte.

–Manipulación y estiba de mercancías. Optimización de cargas.

–Marcas. Códigos de barras.

–Adaptación a la cadena logística internacional.

–Unidades de transporte multimodal (UTI). Transporte multimodal.

Formalización y gestión de la documentación de las operaciones de transporte internacional:

–Documentación de operaciones de transporte según el modo elegido: conocimiento de embarque (bill of lading, B/L), póliza de fletamento, carta de porte CMR, cuaderno TIR, carta de porte CIM, conocimiento aéreo AWB, conocimiento multimodal FIATA y cuaderno ATA.

–Documentación de operaciones de transporte de mercancías especiales.

–Organismos de inspección.

Secuenciación de las fases del transporte:

–Sistemas de información y comunicación. Sistemas de intercambio de información: fax, correo postal, correo electrónico, comunicación móvil, Personal Digital Assistant (PDA), Global Position System (GPS), Galileo, identificación por radiofrecuencia e intercambio electrónico de datos (EDI).

–Puntos de verificación de la mercancía y trazabilidad.

–Variaciones producidas en la ruta.

–Indicadores de calidad y medidas correctoras.

- Tramitación del seguro de las mercancías durante el transporte:
- Protección jurídica de las mercancías. El seguro en el transporte internacional de mercancías. Marco legal.
 - El contrato de seguro. Características esenciales. Elementos.
 - Tipos de pólizas de seguro según la modalidad de transporte:
 - El seguro en el transporte marítimo.
 - El seguro en el transporte terrestre.
 - El seguro en el transporte aéreo.
 - El seguro en el transporte multimodal.
 - Pólizas abiertas, flotantes y combinadas.
 - Identificación de los riesgos asegurables y necesidades de cobertura.
 - Selección de la póliza más adecuada en función de las condiciones del contrato de compraventa y los Incoterms.
 - Procedimiento de gestión y contratación de la póliza. Documentación.
 - Actuación en caso de incidencia o siniestro.
 - Utilización de las herramientas informáticas para la gestión de seguros.

Orientaciones didácticas.

El objetivo fundamental que se persigue en este módulo es que los alumnos y alumnas adquieran la terminología básica y las competencias profesionales necesarias para planificar el transporte internacional a través de diferentes medios, determinando, gestionando y calculando correctamente:

- Características de la carga.
 - Condiciones de envío.
 - Restricciones legales.
 - Alternativas existentes.
 - Tarifas y precios aplicables por los diversos medios.
 - Elección del medio más adecuado.
 - Coste de la operación de transporte.
- Cumplimentando cuanta documentación sea necesaria para la ejecución de la operación de transporte.

El desarrollo del módulo convendría abordarlo con una correcta combinación de los principios "saber y saber hacer", de manera que, a la finalización del mismo, los alumnos habrán adquirido una base sólida de conocimientos así como las capacidades para cumplimentar de forma práctica los documentos necesarios. Para ello, se considera aconsejable destinar una hora semanal específica a la realización de actividades y cumplimentación de documentos.

En cuanto a la secuenciación de contenidos, con objeto de que esta sea más lógica y acorde con los conocimientos iniciales del alumnado, con el proceso de selección del medio de transporte a utilizar, así como con el proceso real de una operación de transporte, se recomienda la siguiente secuencia de unidades a la hora de impartir los contenidos:

- Introducción. Transporte y comercio internacional. Logística empresarial. Características generales de los diferentes medios de transporte. Estos contenidos corresponden básicamente a los enunciados en los bloques primero y segundo enunciados anteriormente.
- Protección física de mercancías. Preparación de mercancías para el transporte. Envases y embalajes. Unidades de transporte multimodal. Estas cuestiones se incluyen en el bloque cuarto de contenidos.
- Protección jurídica de mercancías. Principios básicos de los seguros. Seguros de mercancías. Estos contenidos se recogen en el séptimo bloque.
- Incoterms 20(XX) y transporte internacional. Supeditación del contrato de transporte al contrato de compra-venta y su adecuación a los Incoterms. Estos aspectos se incluyen en los bloques tercero y quinto.

A continuación se abordarían los contenidos correspondientes a los bloques primero, segundo, tercero, quinto y sexto, pero agrupados en función del medio de transporte elegido, conforme a esta clasificación:

- Transporte internacional por carretera.
- Transporte internacional marítimo.
- Transporte internacional aéreo.
- Transporte internacional por ferrocarril.
- Transporte multimodal y operadores de transporte.

El tratamiento de estos contenidos convendría que fuese acompañado por una serie de actividades del tipo de las que se enuncian a continuación:

- Redacción de cartas comerciales.
- Redacción y envío de correos electrónicos y faxes.
- Confeción de escandallos de costes con hojas de cálculo.
- Búsqueda de información legal.
- Utilización de mapas y trazado de la ruta adecuada.

A lo que se uniría el trabajo con todos los documentos derivados de los contenidos de las unidades correspondientes, tales como packing lists,

facturas, certificados, DUA, pólizas de seguros, CMR, B/L, CIM, AWB, documento FIATA, entre otros.

También sería aconsejable desarrollar un trabajo de simulación y/o proyecto y manejar programas de presentación gráfica para la exposición de sus trabajos.

Para el adecuado desarrollo de las clases, conviene contar con un aula equipada con ordenador y conexión a Internet, lo que permitirá realizar búsquedas de información, obtener modelos de documentos, solicitar cotizaciones a empresas, etc. También sería interesante contar con una pizarra electrónica o proyector.

En cuanto a la relación con otros módulos, los contenidos relativos a contratación e Incoterms se imparten tanto en este módulo como en el de Negociación internacional, por lo que sería necesario establecer una coordinación entre ambos a efectos de evitar repeticiones innecesarias y optimizar los tiempos disponibles.

Módulo Profesional: Gestión administrativa del comercio internacional.

Código: 0627.

Equivalencia en créditos ECTS: 12.

Duración: 150 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Determina organismos e instituciones relacionados con el comercio internacional, analizando sus principales funciones.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado la estructura de balanza de pagos, diferenciando las distintas balanzas que la componen.
- b) Se han clasificado las funciones de los principales organismos e instituciones económicas internacionales.
- c) Se ha analizado el proceso de integración económica internacional, diferenciando los distintos niveles de integración.
- d) Se ha analizado el proceso de integración económica europea y su repercusión en el comercio comunitario.
- e) Se han identificado las distintas instituciones comunitarias, sus principales funciones y competencias.
- f) Se ha analizado el marco jurídico comunitario y se han identificado las normas con incidencia en el intercambio comercial.

2. Organiza un sistema de información eficaz para las operaciones de compraventa internacional, utilizando las herramientas informáticas adecuadas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han elaborado bases de datos para las operaciones de comercio internacional.
- b) Se han confeccionado ficheros maestros de clientes y proveedores.
- c) Se ha elaborado la información que habitualmente solicita el cliente o el proveedor en las operaciones de compraventa internacional.
- d) Se ha realizado el mantenimiento y actualización de las bases de datos de clientes y proveedores.
- e) Se han elaborado informes sobre clientes y/o proveedores a partir de las bases de datos disponibles.
- f) Se ha aplicado la normativa legal y fiscal del país de destino de la mercancía que se va a exportar.

3. Reconoce las distintas barreras al comercio internacional, analizando la normativa que las regula.

Criterios de evaluación:

- a) Se han analizado las barreras arancelarias a la importación de mercancías y otras medidas de efecto equivalente.
- b) Se han analizado los principales instrumentos de protección comercial de naturaleza cuantitativa, que limitan o restringen las importaciones de mercancías.
- c) Se ha analizado la función del arancel de aduanas como instrumento de protección y su repercusión sobre el comercio internacional.
- d) Se han identificado las medidas de defensa de la competencia internacional aplicables en el marco de la OMC.
- e) Se han caracterizado las cláusulas de salvaguardia y las medidas de vigilancia, analizando los casos en que procede su aplicación en la UE.
- f) Se han caracterizado las principales barreras técnicas y administrativas al comercio.

4. Caracteriza los procedimientos administrativos de las operaciones de importación/exportación y de introducción/expedición, interpretando la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las diferencias entre una importación y una introducción y entre una exportación y una expedición.
- b) Se han identificado los documentos que se requieren en las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición, los procedimientos para su tramitación y gestión, y los organismos implicados.
- c) Se ha determinado el origen de las mercancías y la documentación que se requiere para su acreditación.
- d) Se ha determinado el valor en aduana de diferentes mercancías.
- e) Se ha efectuado la clasificación arancelaria de las mercancías.
- f) Se han determinado los impuestos y otros tributos que gravan las operaciones de comercio internacional que integran la deuda aduanera.
- g) Se han reconocido los procesos administrativos de gestión aduanera.
- h) Se ha analizado el sistema de declaración estadística de las operaciones intracomunitarias (INTRASTAT).

5. Elabora y cumplimenta la documentación necesaria para las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías.

Criterios de evaluación:

- a) Se han interpretado las cláusulas que se incluyen en los contratos de compraventa internacional y se ha confeccionado el contrato de compraventa.
- b) Se han confeccionado los documentos comerciales, de transporte y seguro que se requieren en las operaciones de compraventa internacional.
- c) Se ha supervisado la documentación comercial y administrativa correspondiente a una operación de comercio internacional, comprobando las condiciones pactadas en el contrato.
- d) Se han cumplimentado los documentos de gestión aduanera de diferentes operaciones de compraventa internacional.
- e) Se ha realizado la gestión aduanera de operaciones relativas a los distintos regímenes aduaneros.
- f) Se ha utilizado un paquete informático de gestión administrativa para la obtención de la documentación necesaria para las operaciones de compraventa internacional.

Contenidos.

Denominación de los organismos e instituciones relacionados con el comercio internacional:

- La balanza de pagos: concepto y estructura.
- La Organización Mundial de Comercio (OMC).
- La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).
- El Fondo Monetario Internacional.
- El Banco Mundial.
- Otros organismos internacionales que afectan al comercio.
- El proceso de integración económica. Niveles y fases de integración. Integración europea. Integraciones económicas internacionales.
- Instituciones de la Unión Europea: la Comisión Europea, el Consejo de la UE, el Parlamento Europeo, el Consejo Europeo, el Banco Central Europeo y otros organismo e instituciones.
- El marco jurídico comunitario. Fuentes de derecho comunitario. Derecho vinculante y no vinculante. Derecho aduanero comunitario: el código aduanero.

Organización de sistemas de información aplicados al comercio internacional:

- Fuentes de información sobre comercio internacional. Identificación de organismos e instituciones que facilitan información.
- El Instituto de Comercio Exterior (ICEX).
- La Cámara de Comercio Internacional. Bases de datos.
- Obtención y utilización de la información. Soporte digital, impreso y/o a través de Internet.
- Diseño, utilización y mantenimiento de bases de datos de clientes y proveedores. Gestión de ficheros y elaboración de informes.
- Sistemas de comunicación con clientes y proveedores.
- Sistemas de archivo de documentación generada en las operaciones de comercio internacional.
- Diseño, utilización y actualización de bases de datos con información de las operaciones de comercio internacional.

Reconocimiento de las distintas barreras al comercio internacional:

- Barreras arancelarias a la importación de mercancías: El Arancel de Aduanas y medidas de efecto equivalente.
- Barreras no arancelarias. Restricciones cuantitativas a la importación.
- Medidas de defensa de la competencia: derechos anti-dumping y derechos anti-subsidios.

–Medidas de salvaguardia.

–Barreras técnicas y administrativas a la importación: certificados de normalización, homologación y control de calidad, certificados sanitarios, fitosanitarios y veterinarios, certificados SOIVRE y certificados CITES, entre otros.

–Barreras fiscales.

–Otras barreras a las importaciones.

–Instrumentos de protección de las exportaciones.

–La Política Comercial Común.

–Régimen de comercio de las importaciones y de las exportaciones.

–La Política Agrícola Común (PAC). Objetivos. Derechos y Exacciones agrícolas.

Caracterización de los procedimientos administrativos de las operaciones de importación/exportación y de introducción/expedición:

–El origen de las mercancías:

- Criterios para la atribución del origen. Origen preferencial y no preferencial.

- Justificación o acreditación del origen: certificados de origen para la exportación y para la importación.

–El Arancel de Aduanas: estructura, tarifas. El Arancel Integrado Comunitario.

–Fiscalidad del comercio exterior en las aduanas. Tributos que se recaudan.

–El Impuesto sobre el Valor Añadido.

–Operaciones intracomunitarias. Sistema INTRASTAT. Cumplimentación y presentación de las declaraciones INTRASTAT.

–Concepto de valor en aduana.

–Valoración en aduana de las mercancías: la Declaración de Valor en Aduana (documento DV1).

Elaboración de la documentación de las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías:

–Gestión aduanera de las importaciones y de las exportaciones.

Funciones de las aduanas. Normativa.

–Procedimiento de gestión aduanera o despacho de importaciones y exportaciones. Presentación de la mercancía. La declaración sumaria. Presentación de la declaración de importación/exportación (DUA) y demás documentos que lo acompañan.

–Despacho a libre práctica y despacho a consumo de las mercancías. Liquidación de la deuda aduanera de importación.

–Aplicación informática de gestión administrativa y aduanera de las operaciones de importación y exportación.

–Regímenes económicos aduaneros: normativa aplicable. Procedimiento y documentación necesaria para su gestión:

- Régimen de tránsito.
- Régimen de importación temporal.
- Régimen de perfeccionamiento activo.
- Transformación bajo control aduanero.
- Régimen de perfeccionamiento pasivo.
- Depósitos aduaneros.

–Otros destinos aduaneros: normativa, documentación y procedimiento de gestión.

- Reexportación de mercancías.

- Zonas y depósitos francos.

- Abandono de la mercancía.

- Destrucción bajo control aduanero.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional tiene como objetivo que el alumnado alcance las competencias necesarias para desempeñar las funciones relacionadas con la organización del proceso administrativo de las operaciones de comercio internacional, derivado de aplicar la normativa que lo regula y permitiendo la adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios normativos y organizativos del comercio internacional. Entre las operaciones a trabajar destacan:

–Cumplimentación y tramitación de la documentación necesaria para llevar a cabo operaciones internacionales, de acuerdo con la Legislación Comunitaria, analizando las barreras comerciales y los regímenes comerciales.

–Tramitación y gestión de operaciones intracomunitarias de introducción y expedición de mercancías, incluyendo la tramitación y gestión del INTRASTAT.

–Gestión aduanera de las operaciones de importación y exportación, mediante el análisis del origen de las mercancías, el cálculo de la deuda aduanera, la realización de escandallos de costes y la utilización adecuada de los regímenes aduaneros.

La secuenciación de los contenidos que se sugiere como más adecuada se corresponde con la estructura que se ha expuesto en el apartado correspondiente. Partiendo de una visión global de cómo se estructura el

comercio internacional y de las necesidades de recursos para la gestión de operaciones internacionales, se analizan las barreras existentes y se procede a la realización de operaciones de importación-exportación e introducción-expedición, tal y como se establece por la normativa aduanera.

- Organización del comercio internacional.
- Sistemas de información y recursos necesarios para la gestión de operaciones internacionales.
- Intervención administrativa en el comercio internacional.
- Procedimientos administrativos y elaboración de documentos en operaciones de importación-exportación.
- Procedimientos administrativos y elaboración de documentos en operaciones de introducción-expedición.

La necesidad de emplear una metodología activa que fomente la participación y el uso de las nuevas tecnologías y programas informáticos, se traduce en el desarrollo de actividades prácticas en coherencia con el bloque de contenidos. Como ejemplos de algunas de ellas se señalan las siguientes:

-Webquest sobre las principales páginas de Internet que permita trabajar la organización del comercio internacional y los sistemas de información.

-Trabajos en grupo sobre barreras comerciales que incluyan una exposición en público sobre temas específicos relacionados con la intervención administrativa (ej: comercialización de productos transgénicos, uso de la PAC, o protección del sector textil en la UE).

-Visita a una de las aduanas próximas, bien interior o bien en alguno de los puertos de entrada a la Unión Europea, en coordinación con el módulo de Transporte internacional de mercancías para conocer de primera mano los procedimientos administrativos en operaciones de importación-exportación.

-Gestión del Intrastat de manera informática en los Procedimientos administrativos en operaciones de introducción-expedición.

Por otro lado, puede resultar conveniente la realización de algún caso práctico real que suponga la integración de los módulos transporte internacional, negociación internacional y medios de pago internacionales, ofreciendo una visión completa de las operaciones internacionales, utilizando además como lenguaje vehicular una de las lenguas extranjeras.

El desarrollo de los contenidos y actividades señalados precisa de la realización de prácticas administrativas utilizando la documentación y procesos utilizados en el comercio internacional. Para el desarrollo de estas acciones, puede resultar conveniente contar, entre otros recursos, con:

- Acceso al Código Aduanero.
- Acceso a páginas de Internet como TARIC, Ministerio de Comercio, etc.
- Acceso a programas de gestión de INTRASTAT, etc.
- Documentación original de las administraciones aduaneras y tributarias.

El módulo de Gestión administrativa del comercio internacional precisa de coordinación con el módulo de Transporte internacional de mercancías en lo referente al apartado de Incoterms y documentación de transporte, con el fin de poder trabajar de forma adecuada los procedimientos de gestión aduanera y cálculo del valor en aduana. Así pues, es importante decidir una coordinación en cuanto al tratamiento de los Incoterms y, en este sentido, se sugiere que el equipo docente decida la ubicación más adecuada para el tratamiento de este aspecto, ya sea en el módulo de Negociación internacional o de Transporte internacional de mercancías; en cualquier caso, sería conveniente su abordaje con anterioridad a los contenidos de gestión aduanera y debe coordinarse entre estos últimos módulos la realización de escandallos de costes que permitan cerrar el cálculo del valor en aduana y la deuda aduanera.

Módulo Profesional: Negociación internacional.

Código: 0824.

Equivalencia en créditos ECTS: 6.

Duración: 110 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Selecciona clientes y/o proveedores potenciales de las fuentes de información, analizando sus condiciones comerciales.

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado las técnicas adecuadas de búsqueda y selección de clientes y/o proveedores internacionales.
- b) Se han identificado los principales riesgos internos y externos en las operaciones comerciales internacionales, atendiendo a la rentabilidad y seguridad de la actuación comercial.
- c) Se han identificado los términos y condiciones comerciales que deben cumplir los clientes y/o proveedores internacionales.
- d) Se han seleccionado agentes, intermediarios, clientes y/o proveedores corporativos, en función de los objetivos marcados por la organización.

e) Se han confeccionado ficheros maestros de clientes y/o proveedores internacionales a partir de la aplicación informática de gestión de la relación con clientes.

f) Se han elaborado informes de la selección de clientes y/o proveedores internacionales en soportes informáticos.

g) Se han actualizado las bases de datos y los ficheros de clientes y/o proveedores de forma periódica, según procedimientos basados en la seguridad y la confidencialidad.

h) Se han identificado las partes que componen los pliegos de condiciones y las ofertas comerciales en los concursos y licitaciones internacionales.

2. Establece procesos de comunicación según los protocolos empresariales y costumbres del país, utilizando los medios y sistemas adecuados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación internacional.
- b) Se han identificado las principales normas de comunicación verbal y no verbal de las diversas culturas.
- c) Se han planificado las fases que componen una entrevista personal.
- d) Se han elaborado documentos escritos basados en propuestas de información por parte de un cliente, agente o proveedor en el que se observe el tratamiento adecuado al país.
- e) Se ha simulado una conversación telefónica con un cliente, agente o proveedor, utilizando técnicas de comunicación adecuadas a la situación y al interlocutor.

f) Se han elaborado documentos con los puntos clave que hay que tratar en una reunión con un cliente, agente o proveedor.

g) Se han utilizado soportes informáticos o de nuevas tecnologías para la elaboración y transmisión de documentos comerciales.

h) Se han utilizado las nuevas tecnologías de la información y comunicación en los procesos de comunicación con operadores internacionales.

3. Diseña el proceso de negociación con clientes y/o proveedores, proponiendo los términos más ventajosos para la organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los factores esenciales que conforman la oferta y demanda de productos y/o la prestación de servicios en operaciones internacionales.
- b) Se han programado las diferentes etapas del proceso de negociación en una operación de compraventa internacional.
- c) Se han utilizado las principales técnicas de negociación internacional en las operaciones de compraventa internacional.
- d) Se ha utilizado la terminología comercial habitual en el ámbito internacional en las operaciones de compraventa internacional.
- e) Se han conocido las características más relevantes de los negociadores de diferentes culturas.
- f) Se ha elaborado un plan para iniciar negociaciones en el que se tenga en cuenta la idiosincrasia, normas, protocolo y costumbres del país del cliente y/o proveedor.

g) Se han definido los principales parámetros y los límites máximos y mínimos que configuran una oferta presentada a clientes internacionales.

h) Se han realizado informes que recojan los acuerdos de la negociación, utilizando programas y medios informáticos.

4. Interpreta la normativa y los usos habituales que regulan la contratación internacional, analizando su repercusión en las operaciones de comercio internacional.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fuentes jurídicas que regulan la contratación internacional.
- b) Se ha caracterizado el valor jurídico de los convenios internacionales, de los organismos internacionales y de los usos uniformes en la contratación internacional.
- c) Se ha identificado la terminología jurídica utilizada y la normativa mercantil que regula los contratos internacionales de compraventa.
- d) Se han analizado las condiciones y obligaciones derivadas de la utilización de los Incoterms en las operaciones de comercio internacional.
- e) Se han identificado las partes y elementos de un contrato de compraventa internacional, diferenciando las cláusulas facultativas de las obligatorias.
- f) Se han caracterizado las teorías de derecho internacional que solucionan los conflictos derivados de las condiciones establecidas en los contratos internacionales.
- g) Se han valorado las ventajas de utilizar las cláusulas de arbitraje internacional en la resolución de conflictos de comercio internacional.
- h) Se han analizado las características generales que regulan los concursos y licitaciones internacionales.

5. Elabora los contratos asociados a los procesos de negociación, aplicando la normativa, usos y costumbres internacionales.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los modelos documentales utilizados en la negociación de operaciones comerciales internacionales.

b) Se han elaborado las cláusulas de un precontrato de una operación comercial internacional, aplicando la normativa de contratación internacional.

c) Se han identificado los derechos y obligaciones derivados de la inclusión del incoterm acordado en el contrato de compra venta internacional.

d) Se han identificado los distintos tipos de contratos mercantiles internacionales que se utilizan.

e) Se han caracterizado los modelos documentales que representan los contratos mercantiles internacionales.

f) Se ha confeccionado el contrato adecuado a la operación comercial internacional.

g) Se han utilizado aplicaciones informáticas en la redacción de las cláusulas tipo del contrato mercantil internacional.

6. Planifica el desarrollo y el proceso de control de los acuerdos contractuales internacionales, obteniendo información de los agentes intervinientes.

Criterios de evaluación:

a) Se ha organizado el proceso de control de la fuerza de ventas/distribuidores/agentes comerciales, utilizando sistemas de comunicación e información.

b) Se han identificado problemas, oportunidades y tendencias del mercado.

c) Se han caracterizado los informes de clientes, proveedores, prescriptores, agentes comerciales y/o distribuidores mediante programas informáticos.

d) Se han elaborado ratios específicos de evolución y rentabilidad de las ventas, utilizando programas informáticos específicos.

e) Se han elaborado planes de actuación que induzcan a la motivación, perfeccionamiento y metodología de la fuerza de ventas propia o de distribuidores.

f) Se han definido los métodos relevantes de control en el desarrollo y ejecución de los procesos de comercialización internacional.

g) Se ha definido el proceso de control que deben seguir los pedidos realizados por los clientes, utilizando sistemas y programas informáticos.

h) Se ha definido el proceso de control que deben seguir los pedidos y servicios realizados a un proveedor internacional, utilizando sistemas y programas informáticos.

i) Se han identificado las incidencias más comunes que se pueden originar en los procesos de compraventa internacional.

Contenidos.

Selección de clientes y/o proveedores potenciales:

- Instrumentos promocionales de apoyo a la exportación.
- Factores de riesgo internos: cliente y/o proveedor.
- Factores de riesgo externos: coyuntura y/o mercado.
- Licitaciones y concursos internacionales.
- Selección de proveedores.
- Selección de clientes.

Establecimiento del proceso de comunicación en las relaciones internacionales:

- Fuentes de información sobre comercio internacional.
- Medios y sistemas de comunicación internacionales.
- La comunicación verbal.
- La comunicación no verbal.
- La entrevista.
- Protocolo internacional.

Diseño del proceso de negociación con clientes y/o proveedores internacionales:

- Preparación de la negociación internacional.
- El margen de la negociación.
- Desarrollo de la negociación internacional.
- Etapas del proceso de negociación.
- Consolidación de la negociación internacional.
- Técnicas de negociación internacional.
- Estilos nacionales de negociación comercial en diferentes países: anglosajón, francés, alemán, nipón, chino, norteamericano, hispanoamericano y árabe, entre otros.
- Factores de éxito en una negociación internacional.
- Utilización de procesadores de texto.
- Programas de presentaciones gráficas.

Interpretación de la normativa y usos habituales que regulan la contratación internacional:

- Regulación de la compraventa internacional.
- Instrumentos de armonización: Lex Mercatum.
- Reglas de la Cámara de Comercio Internacional.
- Los Incoterms.
- El arbitraje internacional.

Elaboración de contratos internacionales:

- El contrato de compraventa internacional.
- Los contratos de intermediación comercial.
- Los contratos de cooperación empresarial.
- El contrato de suministro.
- Los contratos de prestación de servicios y resultado.
- Contratación mediante concursos o licitaciones internacionales.

Planificación del desarrollo y control de los acuerdos contractuales internacionales:

- Organización de operaciones de compraventa internacional.
- Técnicas de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas.
- Ratios de control de operaciones internacionales.
- Control de calidad de operaciones internacionales.
- Sistemas de información y control de incidencias en operaciones de control internacional.

Orientaciones didácticas.

El objetivo primordial del módulo de Negociación internacional es que el alumnado adquiera los conocimientos y destrezas básicas que le permitan intervenir como asistente en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacionales. A tal efecto, se trata de que desarrolle las competencias necesarias para asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacionales de productos y servicios, lo que conlleva identificar y contactar con clientes o proveedores potenciales, gestionando los contratos mercantiles internacionales y controlando y supervisando el desarrollo y evolución de las ventas.

La secuenciación que se sugiere de los contenidos explicitados en el curriculum para este módulo los podemos estructurar en dos partes diferenciadas:

-Una primera parte en la que se desarrolla todo el proceso negociador, que se iniciará con la selección de clientes y/o proveedores potenciales, seguirá con el establecimiento del proceso de comunicación y culminará con el diseño del proceso negociador propiamente dicho.

-Una segunda parte consistirá en plasmar los acuerdos internacionales a que haya llegado la empresa en el correspondiente contrato internacional.

Para ello se hace necesario conocer previamente la Lex Mercatum y las reglas que regulan el comercio internacional, los distintos tipos de contratos internacionales y su elaboración, para finalizar con el control de dichos acuerdos.

Desde el punto de vista del desarrollo metodológico del módulo se sugiere que, de forma paralela al desarrollo de los contenidos, tanto de negociación como de contratación, la realización de una única actividad global que recoja de manera práctica el proceso negociador entre dos empresas A y B, compradora y vendedora, respectivamente, y situadas en mercados diferentes.

La metodología para el desarrollo de dicha actividad la podemos detallar brevemente en los siguientes términos. Establecemos distintos grupos de alumnos que se responsabilizarán de constituir una empresa española compradora (A) y una empresa extranjera vendedora (B) y realizarán las siguientes tareas, entre otras:

- Identificar la empresa que les corresponda.
- Definir el perfil sectorial de la empresa.
- Investigar y localizar la posible empresa cliente/proveedora.
- Establecer el contacto con la misma.
- Iniciar la negociación con la empresa cliente/proveedora.
- Realizar/atender el correspondiente pedido.
- Confeccionar/aceptar, en su caso, la oferta correspondiente.
- Acordar y firmar el contrato final.

La actividad planteada anteriormente posibilita, no solo la puesta en práctica de los conocimientos impartidos, sino además la utilización por parte del alumnado de herramientas TIC como el editor de textos, hoja de cálculo, programas de diseño, edición de gráficos, bases de datos internacionales, uso del correo electrónico, confección de páginas web, Internet, etc, todas ellas necesarias para la correcta realización de informes y presentaciones.

Para el correcto desarrollo de las propuestas planteadas se hace necesario contar con un aula con conexión a Internet y equipada con equipos informáticos y software ofimático que permita la actividad directa

del alumnado. También sería interesante contar con una plataforma de contenidos.

En cuanto a los recursos de los que podemos disponer hay que señalar especialmente dos que se consideran imprescindibles:

–Portal en Internet del ICEX (www.icex.es), que es en sí mismo un recurso global para el desarrollo del módulo, en el que encontramos todos los materiales, direcciones, estudios de mercado, casos empresariales, vídeos, etc.

–Portal en Internet del Consejo Superior de Cámaras (www.plancomaral.com) con un conjunto de guías de ayuda en el proceso de internacionalización.

En Internet podemos contar también con la existencia de guías on-line de apoyo a la exportación y de guía de contratación internacional.

A lo largo del desarrollo de este planteamiento metodológico, se hace necesaria no solo la habitual colaboración con el resto de los módulos del ciclo sino, de manera significativa, con los módulos de idiomas, dado el carácter de la negociación con una empresa extranjera, en la que se hace necesaria la utilización de un idioma internacional común a ambas partes. Por lo anterior, se recomienda que materiales, correspondencia, catálogos, presentaciones, etc se desenvuelvan en inglés y/o francés, por ser los más utilizados en las relaciones internacionales.

Módulo Profesional: Medios de pago internacionales.

Código: 0826.

Equivalencia en créditos ECTS: 6.

Duración: 90 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Identifica la normativa reguladora de los medios de pago internacionales, analizando los efectos jurídicos y económicos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado la normativa nacional e internacional vigente que regula los medios de pago internacionales.

b) Se ha identificado la normativa nacional e internacional vigente que regula los medios de pago a través de Internet.

c) Se han interpretado las reglas y usos uniformes relativos a los créditos documentarios.

d) Se han interpretado las reglas y usos uniformes para el cobro del papel comercial de la CCI (Cámara de Comercio Internacional).

e) Se han analizado los efectos jurídicos y económicos de los convenios internacionales que regulan los medios de pago.

f) Se ha analizado la normativa reguladora de los nuevos medios de pago internacionales.

2. Caracteriza los diferentes medios de cobro y pago internacionales, analizando los procedimientos, los costes y la operativa de cada uno.

Criterios de evaluación:

a) Se han clasificado los diferentes medios de pagos internacionales.

b) Se han identificado las modalidades de créditos documentarios, describiendo sus procedimientos de emisión.

c) Se han caracterizado las remesas simple y documentaria como medios de pago internacionales.

d) Se han caracterizado los cheques personal y bancario como medios de pago internacionales.

e) Se han caracterizado las letras y pagarés como medios de pago internacionales.

f) Se han caracterizado las órdenes de pago simple y documentaria como medios de pago internacionales.

g) Se han identificado los nuevos medios de pago o cobro internacionales.

h) Se han analizado las ventajas e inconvenientes de los diferentes medios de pago internacionales, calculando los costes derivados de su gestión.

i) Se han identificado las principales obligaciones legales de las entidades financieras, de seguros y de transporte asociadas a la operación internacional, asegurando el cobro o pago.

j) Se han identificado los documentos necesarios para llevar a cabo el cobro o pago de una operación de comercio internacional.

3. Analiza las garantías y avales, adecuándose a la normativa vigente.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los riesgos inherentes a las operaciones contractuales internacionales.

b) Se han definido los conceptos de garantía real y personal.

c) Se han diferenciado las principales garantías reales utilizadas en la práctica bancaria.

d) Se han clasificado las garantías en función de su relación con la obligación.

e) Se han interpretado las reglas y usos relativos a las garantías bancarias.

f) Se han analizado las ventajas e inconvenientes de cada modalidad de pago en función de las garantías exigidas.

g) Se ha confeccionado la documentación relativa a la emisión, modificación y cancelación de las garantías y avales.

4. Gestiona la documentación necesaria para realizar el cobro o pago internacional, analizando los plazos y condiciones estipuladas.

Criterios de evaluación:

a) Se ha determinado la solvencia, el riesgo de impago y otras circunstancias financieras en las operaciones de comercio internacional.

b) Se ha determinado la documentación que se exige en cada medio de pago para proceder al cobro/pago de la operación de comercio internacional.

c) Se ha identificado el procedimiento definido para la presentación efectiva de los documentos en el sistema financiero.

d) Se ha identificado, para cada medio de pago internacional, el documento base que lo representa.

e) Se han identificado los documentos que intervienen en una operación de comercio internacional en la que se utiliza un medio de pago documentario.

f) Se ha confeccionado el documento base correspondiente a los distintos medios de pago utilizados en las operaciones de comercio internacional.

g) Se han identificado las causas de los retrasos o impagos asociadas a los diferentes medios de pago en operaciones de comercio internacional.

h) Se han calculado los costes financieros y no financieros debidos a un retraso o impago de una operación de comercio internacional.

i) Se han gestionado los trámites administrativos relacionados con el protesto de efectos impagados asociados a operaciones comerciales internacionales.

5. Identifica los medios de cobro y pago a través de Internet y otros sistemas digitales, garantizando la confidencialidad y seguridad de las transacciones.

Criterios de evaluación:

a) Se han utilizado herramientas informáticas para el análisis de la legislación del país de destino.

b) Se han utilizado técnicas digitales o convencionales de investigación para la obtención de la información.

c) Se han utilizado los medios de pago internacionales usados a través de Internet.

d) Se han utilizado sistemas de certificación digital que garanticen la confidencialidad y aseguren las operaciones de cobro o pago internacionales realizadas a través de Internet.

e) Se han utilizado sistemas de intercambio de datos internacionales.

f) Se han utilizado medios y programas informáticos en la elaboración de informes y en la elaboración de documentos de pago/cobro internacional.

Contenidos.

Identificación de la normativa reguladora de los medios de pago internacionales:

–Ley uniforme de Ginebra sobre el cheque.

–Ley uniforme de Ginebra sobre la letra de cambio y el pagaré a la orden.

–Reglas uniformes para el cobro del papel comercial de la CCI (Cámara de Comercio Internacional).

–Reglas y usos uniformes sobre los créditos documentarios de la CCI.

Caracterización de los medios de cobro y pago internacionales:

–El crédito documentario.

–La remesa simple y documentaria.

–La orden de pago simple y documentaria.

–El cheque personal y el cheque bancario.

–Letras y pagarés.

–El factoring de exportación.

–Cuentas bancarias en el exterior.

Análisis de las garantías y avales internacionales:

–Los riesgos en el comercio internacional: políticos y comerciales.

–Modalidades de las garantías.

–Modalidades de avales.

Gestión de la documentación necesaria para realizar el cobro o pago internacional:

–Documentos comerciales.

–Documentos financieros.

–Documentos de transporte y seguro.

–Protesto de efectos impagados.

Identificación de los medios de cobro y pago a través de Internet y otros sistemas digitales:

- Herramientas informáticas para la confección y análisis de medios de pago internacionales.
- Herramientas de pago propias de Internet.
- Los certificados digitales.
- Sistemas de intercambio de datos.

Orientaciones didácticas.

El módulo de Medios de pago internacionales tiene por objeto capacitar al alumnado para gestionar los medios de cobro y pago y las garantías y avales internacionales, cumplimentando y analizando la documentación necesaria de acuerdo con las condiciones establecidas en los contratos mercantiles internacionales basados en la normativa internacional vigente.

Por tanto, se pretende conseguir que, a la finalización de este módulo, el alumnado haya adquirido las competencias necesarias para:

- Interpretar normativa que regula la materia.
- Diferenciar claramente los distintos medios de pago.
- Controlar que la operación se va desarrollando convenientemente en cada una de sus etapas.
- Realizar la documentación y los cálculos de apoyo requeridos en cada uno de ellos.
- Elegir el medio más adecuado a la situación planteada.

Para ello, se sugiere que los contenidos especificados en el apartado correspondiente de este currículo se aborden en la secuencia expuesta, pero estructurándolos en los cinco bloques que se proponen a continuación:

-Para garantizar un mayor seguimiento del módulo, el primer bloque versa sobre una introducción en la que se analiza el cambio de necesidades que los medios de pago en el comercio internacional tienen que atender con respecto al comercio interno (relacionado con el primer bloque de contenidos).

-El segundo bloque estudiará la normativa jurídica de referencia, las diferentes características y atributos, el funcionamiento, la documentación, y su confección, de los distintos medios de pago y cobro simples (segundo bloque de contenidos).

-El tercer bloque estudiará la normativa jurídica de referencia, las diferentes características y atributos, el funcionamiento, la documentación, y su confección, de los distintos medios de pago y cobro documentarios (bloques de contenidos segundo y tercero).

-El cuarto bloque estudiará la normativa jurídica de referencia, las diferentes características y atributos, el funcionamiento, la documentación, y su confección, de los distintos productos bancarios de utilización en el comercio internacional (factoring, cuentas corrientes, garantías y avales...), contenidos recogidos en el bloque cuarto.

-El quinto bloque tratará sobre la normativa jurídica de referencia, las diferentes características y atributos, el funcionamiento, la documentación y su confección de los distintos medios de pago digitales a través de Internet (quinto bloque de contenidos).

De esta forma, y de manera transversal, se tratan las distintas destrezas genéricas relacionadas con la capacidad de gestión: investigación, análisis de la información, confección y gestión de documentación y empleo de nuevas tecnologías.

Desde el punto de vista del proceso de cobro y pago, el alumnado tiene que atender a cada una de las fases: la de estudio y análisis, la de confección y las de seguimiento y control.

Para apoyar el desarrollo de este módulo, se proponen a continuación una serie de actividades para realizar en el aula y fuera del aula, empleando en todo caso una metodología activa y que fomente la participación y el uso de las nuevas tecnologías. Como el contenido se ha dividido en bloques siguiendo criterios de contenidos, en todos ellos se necesitan actividades orientadas a trabajar todas las fases: estudio y análisis (1), confección y cálculo (2) y seguimiento y control (3). Por esta razón, las orientaciones que se dan están asociadas a todos y cada uno de los bloques en los que se ha dividido el temario. En cualquier caso, se trata de responder a las necesidades que se den en distintas situaciones en el entorno laboral.

-Actividades de investigación, siguiendo la metodología webquest u otras, que lleven al alumnado a la búsqueda de información concreta sobre los medios de pago internacionales, su manipulación y presentación en forma de informe con la utilización de nuevas tecnologías, como plataformas de formación (moodle), navegadores y procesadores de textos (fase 1).

-Asociada también a la anterior fase, actividades de análisis de la información con la utilización de cuadros de doble entrada, comparativas, diagramas de flujo, gráficos, cuadros conceptuales u otras herramientas de tratamiento de información en relación con cada uno de los distintos medios de pago analizados.

-Presentación de casos prácticos de créditos documentarios, remesas, cheques, pagarés etc., resueltos para, a través de la concreción, poder llegar a la generalización (fase 2).

-Resolución de ejercicios de confección de documentos necesarios en cada tipología de medio de pago, así como su cálculo de costes y liquidaciones y valoración de riesgos a partir de un enunciado (fase 2).

-Asociada a la fase de seguimiento y control, realización de listas de comprobación, diagramas de flujo y cualquier otra herramienta que facilite el seguimiento y control del proceso de cobro/pago en el escenario internacional (fase 3).

-Trabajos de campo y/o resolución de casos simulados en los que se entrenen la investigación y el análisis, y que conlleven la presentación de un informe sobre marco de referencia, funcionamiento, fases, riesgos y garantías, costes y documentación requeridos para cada tipo de medio de pago estudiado (1, 2 y 3).

-Sería conveniente complementar toda la formación obtenida en este módulo con algún proyecto globalizador en el que haya que volcar todas las competencias adquiridas a lo largo del curso.

Para facilitar la impartición de este módulo sería conveniente contar con un aula dotada con los equipos informáticos y software ofimático suficiente para permitir la actividad directa del alumnado, así como contar con acceso a Internet. Así mismo, resulta conveniente disponer de pizarra electrónica, proyector y pantalla.

En cuanto a recursos de los que se puede disponer, hay que tener presente la bibliografía especializada, la prensa en soporte impreso y digital, el empleo de casos prácticos reales resueltos y la utilización de las plataformas de contenidos (tipo Moodle).

En cuanto a la relación con otros módulos, se considera necesario para esta asignatura que los alumnos tengan un conocimiento de los Incoterms, que se tratan en el módulo de Negociación internacional, así como de los documentos de transporte que se abordan en el de Transporte internacional de mercancías, por lo que será necesario establecer la correspondiente coordinación. Esto se hace más que necesario a la hora de impartir los contenidos de los distintos medios de pago internacionales, en especial la casuística más compleja del Crédito Documentario.

Módulo Profesional: Inglés.

Equivalencia en créditos ECTS: 3.

Código: 0179b).

Duración: 70 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

Criterios de evaluación:

Se ha identificado la idea principal del mensaje.

a) Se ha reconocido la finalidad de mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar, identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.

b) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.

c) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.

d) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.

e) Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.

f) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.

g) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

Criterios de evaluación:

a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.

b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.

c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.

d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.

e) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decidido si es oportuno un análisis más profundo.

f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.

g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos: e-mail, fax.

h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas que estén dentro de su especialidad.

3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión de mensajes generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.

b) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.

c) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.

d) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.

e) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.

f) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.

g) Se ha argumentado con todo detalle la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.

h) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

4. Elabora documentos e informes propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del escrito.

Criterios de evaluación:

a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.

b) Se ha organizado la información con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando información de tipo general o detallada.

c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.

d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.

e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.

f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.

g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.

c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.

d) Se ha identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.

e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.

f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

Contenidos.

Análisis de mensajes orales:

–Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos.

–Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.

–Terminología específica del sector profesional.

–Ideas principales y secundarias.

–Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.

–Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

–Diferentes acentos de lengua oral.

Interpretación de mensajes escritos:

–Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.

–Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

–Terminología específica del sector profesional. “False friends”.

–Ideas principales y secundarias.

–Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, I wish + pasado simple o perfecto, I wish + would, if only; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.

–Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

–Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

Producción de mensajes orales:

–Mensajes orales:

• Registros utilizados en la emisión de mensajes orales.

• Terminología específica del sector profesional. “False friends”.

• Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales.

• Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

• Fonética. Sonidos y fonemas vocálicos y sus combinaciones y sonidos y fonemas consonánticos y sus agrupaciones.

• Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y/o diferencias de registro.

–Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:

• Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.

• Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.

• Entonación como recurso de cohesión del texto oral: uso de los patrones de entonación.

Emisión de textos escritos:

–Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos:

• Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax.

• Terminología específica del sector profesional.

• Idea principal e ideas secundarias.

• Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto.

–Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.

–Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad, simultaneidad.

–Coherencia textual:

• Adecuación del texto al contexto comunicativo.

• Tipo y formato de texto.

• Variedad de lengua. Registro.

• Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.

• Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión: ejemplificación, conclusión y/o resumen del discurso.

• Uso de los signos de puntuación.

Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa):

–Valoración de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales.

–Uso de los recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.

–Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.

–Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores.

Orientaciones didácticas.

El módulo profesional de Inglés se ha dividido entre los dos cursos para evitar que se produzca una interrupción en la utilización del idioma durante la formación del alumnado. Considerando que, en este caso, trata un segundo nivel del idioma dentro del ciclo formativo, el enfoque de este módulo se puede dirigir a incrementar la competencia lingüística del alumnado, especialmente en los aspectos relacionados con la comprensión y la expresión oral, así como a reforzar la formación en aspectos técnicos del lenguaje propios de su especialidad, sin dejar de lado el desarrollo de las capacidades necesarias para desenvolverse en situaciones de comunicación ordinarias. Esta última dimensión adquiere una relevancia especial en este curso, desde el que los alumnos y alumnas pueden acceder a su participación en los programas europeos para el aprendizaje permanente.

Por todo ello, y en consonancia con lo que se propone en el Marco Europeo de referencia para las lenguas, el módulo se debe enfocar hacia la consecución, por parte del alumnado, de una comunicación eficaz en

situaciones ordinarias y profesionales reales que, dentro de este perfil profesional, tiene una especial relevancia. Así mismo, convendría centrar el esfuerzo en que los alumnos y alumnas sean capaces de comunicarse de manera autónoma y coherente con un nivel más exigente en la corrección, fluidez y exactitud de la expresión. La utilización, de manera exclusiva, del idioma inglés en el aula, tanto por parte del profesor o profesora como por parte del alumnado, supondrá una contribución importante a los objetivos que se persiguen.

Las actividades que se realicen en el proceso de enseñanza-aprendizaje debieran diseñarse de manera que expongan al alumnado a situaciones comunicativas lo más auténticas posible, que potencien de manera especial las destrezas de comprensión y expresión oral y, por tanto, de interacción, prestando especial atención a la formalización de los documentos asociados a la actividad habitual del sector profesional y a la gestión de contingencias (reclamaciones, quejas, informaciones especiales, etc).

El ejercicio de las destrezas de comprensión lectora puede proporcionar una buena ocasión para profundizar la contextualización del aprendizaje en el campo profesional, extrayendo datos, informaciones y vocabulario específico de documentos reales que, en buena medida, serán accesibles a través de Internet. De manera similar puede contribuir la realización por parte de los alumnos y alumnas de presentaciones electrónicas en las que se describan procesos de trabajo, instrucciones de operación, redacción de cartas de respuesta a quejas y reclamaciones, etc relativos a su campo profesional.

Otro aspecto en el que conviene incidir es en el desarrollo de las competencias sociolingüísticas, que deben impregnar todo el proceso de enseñanza-aprendizaje y a las que en este curso se presta una mayor atención dentro de este módulo. Es importante que se garantice que el alumnado conozca las convenciones en el uso de la lengua, las normas de cortesía, las diferencias de registro y la trascendencia de su uso adecuado y, en general, las características culturales más definitorias de la idiosincrasia de los países que tienen al inglés como lengua materna.

En lo que se refiere a la evaluación, se sugiere que este proceso se centre en la valoración de la competencia comunicativa del alumnado, es decir, en la forma de poner en acción sus conocimientos y destrezas lingüísticas y su capacidad para utilizar diferentes estrategias de comunicación. Con este objetivo se han señalado los criterios de evaluación de este módulo y, en la misma línea, el Marco Europeo de referencia para las lenguas puede resultar un instrumento muy valioso para diseñar herramientas de evaluación.

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.

Código: 0829.

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Duración: 70 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Selecciona oportunidades de empleo, identificando las diferentes posibilidades de inserción y las alternativas de aprendizaje a lo largo de la vida.

Criterios de evaluación:

a) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes, y formación propia para la toma de decisiones.

b) Se han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral en el ámbito local, regional, nacional y europeo para el Técnico Superior en Comercio Internacional.

c) Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.

d) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.

e) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.

f) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.

g) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.

2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo y las habilidades de comunicación, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

Criterios de evaluación:

a) Se han valorado las ventajas del trabajo en equipo en situaciones de trabajo relacionadas con el perfil del Técnico Superior en Comercio Internacional.

b) Se han identificado los equipos de trabajo que pueden constituirse en una situación real de trabajo.

c) Se han identificado las principales técnicas de comunicación.

d) Se han identificado los elementos necesarios para desarrollar una comunicación eficaz.

e) Se han determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.

f) Se han valorado las habilidades sociales requeridas en el sector profesional para mejorar el funcionamiento del equipo de trabajo.

g) Se ha identificado la documentación utilizada en los equipos de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.

h) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.

i) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.

j) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes, así como los procedimientos para su resolución.

3. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo y en los convenios colectivos.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los conceptos más importantes del derecho del trabajo.

b) Se han distinguido los principales organismos que intervienen en las relaciones entre empresarios y trabajadores.

c) Se han determinado los derechos y obligaciones derivados de la relación laboral.

d) Se han clasificado las principales modalidades de contratación, identificando las medidas de fomento de la contratación para determinados colectivos.

e) Se han valorado las medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar.

f) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran, incluidas las bases de cotización del trabajador y las cuotas correspondientes al trabajador y al empresario.

g) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.

h) Se han analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.

i) Se han determinado las condiciones de trabajo pactadas en un convenio colectivo aplicable a un sector profesional relacionado con el título de Técnico Superior en Comercio Internacional.

j) Se han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.

4. Determina la acción protectora del sistema de la Seguridad Social ante las distintas contingencias cubiertas, identificando las distintas clases de prestaciones.

Criterios de evaluación:

a) Se ha valorado el papel de la Seguridad Social como pilar esencial para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

b) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social.

c) Se han enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.

d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de Seguridad Social.

e) Se ha identificado la existencia de diferencias en materia de Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.

f) Se han clasificado las prestaciones del sistema de Seguridad Social, identificando los requisitos.

g) Se han determinado las posibles situaciones legales de desempleo en diferentes supuestos prácticos.

h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de prestaciones por desempleo de nivel contributivo básico y no contributivo acorde a las características del alumnado.

5. Evalúa los riesgos derivados de su actividad, analizando las condiciones de trabajo y los factores de riesgo presentes en su entorno laboral.

Criterios de evaluación:

a) Se han clasificado los diferentes tipos de actividades del sector del comercio internacional, en los entornos de trabajo del Técnico Superior en Comercio Internacional, identificando los riesgos profesionales.

b) Se han clasificado los factores de riesgo existentes.

c) Se han identificado los tipos de daños profesionales (accidentes de trabajo y enfermedades profesionales) derivados de los riesgos profesionales.

d) Se ha determinado el concepto y el proceso de la evaluación de riesgos en la empresa.

e) Se han identificado y evaluado diferentes tipos de riesgos, proponiendo medidas preventivas y realizando el seguimiento y control de la eficacia de las mismas.

f) Se han determinado las condiciones de trabajo con significación para la prevención en los entornos de trabajo relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.

g) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.

h) Se ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.

6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en una pequeña empresa, identificando las competencias y responsabilidades de todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado la normativa básica existente en prevención de riesgos laborales.

b) Se han identificado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

c) Se han clasificado las distintas formas de gestión de la prevención en la empresa, en función de los distintos criterios establecidos en la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

d) Se han identificado las responsabilidades de todos los agentes implicados en la elaboración de un plan de riesgos.

e) Se han descrito las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.

f) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

g) Se ha valorado la importancia de la existencia de un plan preventivo en la empresa, que incluya la secuenciación de actuaciones a realizar en caso de emergencia.

h) Se ha definido el contenido del plan de prevención en un centro de trabajo relacionado con el sector profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.

i) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación en una pequeña y mediana empresa.

7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando las situaciones de riesgo laboral del Técnico Superior en Comercio Internacional.

Criterios de evaluación:

a) Se han definido las técnicas de prevención y de protección que deben aplicarse para evitar los daños en su origen y minimizar sus consecuencias en caso de que sean inevitables.

b) Se ha analizado el significado y alcance de los distintos tipos de señalización de seguridad.

c) Se han analizado los protocolos de actuación en caso de emergencia.

d) Se han identificado las técnicas de clasificación de heridos en caso de emergencia donde existan víctimas de diversa gravedad.

e) Se han identificado las técnicas básicas de primeros auxilios que han de ser aplicadas en el lugar del accidente ante distintos tipos de daños y la composición y uso del botiquín.

f) Se han determinado los requisitos y condiciones para la vigilancia de la salud del trabajador y su importancia como medida de prevención.

Contenidos.

Búsqueda activa de empleo:

–Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.

–El proceso de toma de decisiones.

–Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Comercio Internacional dentro del ámbito territorial de su influencia, así como a nivel nacional.

–Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector dentro del ámbito territorial de su influencia, así como en el ámbito nacional y de la Unión Europea.

–Proceso de acceso al empleo público.

–Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.

–Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.

–Identificación de los organismos locales, regionales, nacionales y europeos que facilitan dicha información.

–Identificación de itinerarios formativos en el ámbito local, regional, nacional y europeo relacionados con el Técnico Superior en Comercio Internacional.

–Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo: modelos de currículum vitae, currículum vitae europeo y entrevistas de trabajo. Otros documentos que facilitan la movilidad de los trabajadores en el seno de la Unión Europea.

–Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

–Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.

–Clases de equipos en el sector del comercio internacional según las funciones que desempeñan.

–Características de un equipo de trabajo eficaz.

–Habilidades sociales. Técnicas de comunicación verbal y no verbal. Estrategias de comunicación eficaz.

–Documentación utilizada en las reuniones de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.

–La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.

–Conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.

–Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación, arbitraje, juicio y negociación.

Contrato de trabajo:

–El derecho del trabajo.

–Análisis de la relación laboral individual.

–Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.

–Derechos y deberes derivados de la relación laboral.

–Condiciones de trabajo. Salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.

–Recibo de salarios.

–Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

–Representación de los trabajadores.

–Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.

–Conflictos colectivos de trabajo.

–Nuevos entornos de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo entre otros.

–Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.

Seguridad Social, empleo y desempleo:

–El sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.

–Estructura del sistema de la Seguridad Social.

–Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.

–La acción protectora de la Seguridad Social.

–La Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.

–Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

Evaluación de riesgos profesionales:

–Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.

–Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.

–Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad.

–Valoración de la relación entre trabajo y salud.

–El riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.

–La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.

–Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad.

–Análisis de riesgos ligados a las condiciones ambientales.

–Análisis de riesgos ligados a las condiciones ergonómicas y psico-sociales.

–Procesos de trabajo con riesgos específicos en la industria del sector.

–Valoración del riesgo.

–Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las diferentes situaciones de riesgo.

Planificación de la prevención en la empresa:

–Plan de prevención.

–Adopción de medidas preventivas: su planificación y control.

–Organización de la gestión de la prevención en la empresa.

–Representación de los trabajadores en materia preventiva.

–Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.

–Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.

–Medidas de prevención y protección individual y colectiva.

–Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.

–Elaboración de un plan de emergencia en una empresa del sector.

–Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.

Aplicación de medidas de prevención y protección:

–Selección del protocolo de actuación.

–Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.

- Identificación de los distintos tipos de señalización de seguridad.
- Urgencia médica/primeros auxilios. Conceptos básicos y aplicación.
- Formación a los trabajadores en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.

Orientaciones didácticas.

Con este módulo el alumnado adquiere las destrezas y actitudes básicas para la inserción en el mundo laboral y para el desarrollo de su carrera profesional, tanto en el ámbito geográfico español como europeo en el sector del comercio internacional.

En cuanto a la secuenciación de los contenidos, teniendo presente la competencia del centro para adoptar las decisiones que considere más apropiadas, se podría comenzar con los relativos a legislación laboral, seguridad social y equipos de trabajo. A continuación, podrían plantearse los contenidos relacionados con seguridad y salud laboral cuya aplicación práctica podría plasmarse en la realización de un plan de prevención. Se podría proseguir con gestión del conflicto y finalmente, se podría tratar el bloque de búsqueda de empleo como paso previo a su inserción en el mercado laboral.

Para la consecución de los resultados de aprendizaje de este módulo se pueden seleccionar múltiples actividades, siendo algunas de ellas las siguientes:

-Realizar pruebas de orientación profesional y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales con el fin de comprobar la coherencia personal entre formación y aspiraciones.

-Planificar la propia carrera: establecimiento de objetivos laborales, a medio y largo plazo, compatibles con necesidades y preferencias, planteándose objetivos realistas y coherentes con la formación actual y la proyectada y responsabilizándose del propio aprendizaje.

-Identificar los medios y organismos que nos pueden ayudar a la búsqueda de empleo, tanto en nuestro entorno más próximo como en el europeo, utilizando herramientas apropiadas para ello.

-Preparar y cumplimentar la documentación necesaria en los procesos de búsqueda de empleo: currículum vitae, entrevistas de trabajo, test psicotécnicos y otros.

-Realizar alguna actividad de forma individual y en grupo y comparar los resultados.

-Realizar actividades de comunicación.

-Realizar presentaciones en clase.

-Simular una situación de conflicto y plantear diferentes formas de resolución.

-Identificar la normativa laboral que afecta a los trabajadores del sector.

-Comparar el contenido del Estatuto de los Trabajadores con el de un convenio colectivo del sector correspondiente al ciclo que se cursa.

-Simular un proceso de negociación colectiva como medio para la conciliación de los intereses de trabajadores y empresarios.

-Elaborar recibos de salarios de diferente grado de dificultad.

-Elaborar un plan de prevención para incluir en un plan de empresa.

-Identificar las diferentes situaciones que protege la Seguridad Social.

-Analizar las situaciones de riesgo que se pueden producir en los puestos de trabajo más comunes a los que se puede acceder desde el ciclo, proponer medidas preventivas y planificar la implantación de las medidas preventivas, todo ello de acuerdo a la normativa vigente.

-Programar y realizar visitas a empresas del sector que permitan conocer al alumnado la realidad del sector productivo.

El uso de medios audiovisuales, y/o de Internet, para los diferentes contenidos del módulo permitirá llevar a cabo un proceso de enseñanza-aprendizaje rápido y eficaz, donde el alumnado, de manera autónoma, pueda resolver progresivamente las actuaciones y situaciones propuestas.

El módulo de Formación y orientación laboral tiene conexión y complementa, de alguna manera, al módulo de Gestión económica y financiera de la empresa; aunque se imparten en cursos diferentes, convendría establecer algunos criterios de coordinación o complementariedad entre las personas encargadas de impartir ambos módulos.

Módulo Profesional: Proyecto de comercio internacional.

Código: 0828.

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Duración: 30 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

Criterios de evaluación:

a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.

b) Se han caracterizado las empresas tipo indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.

c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.

d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.

e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.

f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.

g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.

h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.

i) Se ha elaborado el guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación:

a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.

b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.

c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.

d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.

e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.

f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.

g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.

h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.

i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

Criterios de evaluación:

a) Se han secuenciado las actividades, ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.

b) Se han determinado los recursos y la logística necesaria para cada actividad.

c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.

d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.

e) Se han identificado los riesgos inherentes a la implementación, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.

f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.

g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.

h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.

b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.

c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.

d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.

e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.

f) Se ha establecido el procedimiento para la participación de los usuarios o clientes en la evaluación y se han elaborado los documentos específicos.

g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando este existe.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

Código: 0830.

Equivalencia en créditos ECTS: 22.

Duración: 350 horas.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con el tipo de servicio que presta.

Criterios de evaluación:

a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.

b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.

c) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.

d) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.

e) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.

f) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

Criterios de evaluación:

a) Se han reconocido y justificado:

–La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.

–Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.

–Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.

–Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.

–Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.

–Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.

–Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.

b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.

c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.

d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.

e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.

f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.

g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.

h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.

i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.

j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

3. Desarrolla tareas relacionadas con la gestión económica y financiera de la empresa, siguiendo las instrucciones recibidas.

Criterios de evaluación:

a) Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.

b) Se han identificado los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y se ha gestionado el procedimiento y documentación para la obtención de un préstamo o crédito.

c) Se han realizado gestiones relacionadas con el pago, cobro y financiación de la compraventa de productos y servicios.

d) Se han elaborado y gestionado facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos vendidos o servicios prestados.

e) Se han desarrollado tareas de organización, registro y archivo de la documentación generada en la empresa.

f) Se ha interpretado la normativa y los requerimientos de emisión y recepción de facturas electrónicas.

g) Se han calculado los costes y se ha determinado la rentabilidad de las inversiones así como la solvencia y eficiencia de la empresa.

h) Se ha participado en el proceso contable y fiscal de la empresa, de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal vigente.

i) Se han realizado las declaraciones periódicas del IVA y de los impuestos sobre beneficios.

4. Realiza estudios comerciales en mercados exteriores relacionados con la internacionalización de la empresa, cumpliendo con los objetivos establecidos.

Criterios de evaluación:

a) Se han realizado estudios comerciales de interés para la empresa en mercados exteriores, con vistas a su internacionalización o entrada en nuevos mercados.

b) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento de la información y presentación de resultados.

c) Se ha organizado la información obtenida, incorporándola a la base de datos de la empresa, para su utilización en la toma de decisiones.

d) Se ha evaluado la oportunidad de entrada de nuevos productos en un mercado exterior, valorando las diferentes líneas y gamas de productos.

e) Se han realizado informes sobre política de precios en un mercado exterior, analizando las variables que componen el precio del producto.

f) Se ha seleccionado la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior, analizando los factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados internacionales.

g) Se han seleccionado las acciones de promoción comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior, analizando las alternativas de comunicación comercial disponibles.

h) Se ha elaborado un plan de marketing internacional, seleccionando la información de base o briefing de productos.

5. Realiza gestiones administrativas relativas a las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, aplicando la legislación vigente.

Criterios de evaluación:

a) Se han utilizado sistemas para la obtención y tratamiento de la información y documentación relacionada con las operaciones de comercio internacional.

b) Se han gestionado procedimientos administrativos en las operaciones de importación/exportación y de introducción/expedición.

c) Se ha elaborado la documentación necesaria para la gestión administrativa de las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías.

d) Se ha elaborado la oferta de mercancías destinadas a la exportación que se ha de enviar al cliente, utilizando diferentes Incoterms.

e) Se han interpretado las cláusulas que habitualmente se incluyen en los contratos de compraventa internacional de mercancías.

f) Se ha confeccionado el contrato de compraventa internacional, reflejando en sus cláusulas el incoterm y demás pactos y condiciones acordadas entre las partes.

g) Se ha elaborado la documentación vinculada a las operaciones de compraventa internacional, utilizando aplicaciones informáticas específicas.

h) Se ha procesado y archivado, manual e informáticamente, la información generada en las operaciones de compraventa internacional.

i) Se ha utilizado la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera en la gestión administrativa de operaciones de comercio internacional.

6. Desarrolla tareas de organización, gestión y verificación en los procesos de almacenaje, transporte y distribución internacional de mercancías, garantizando la integridad de las mismas y la optimización de espacios y medios disponibles.

Criterios de evaluación:

a) Se han establecido las necesidades de compra de materiales y productos que eviten la ruptura de stocks.

b) Se han elaborado órdenes de compra de materiales, indicando el momento y destino en el almacén.

c) Se han seleccionado los proveedores y negociado las condiciones de la compra.

d) Se han gestionado los stocks del almacén para minimizar los costes.

e) Se ha gestionado y controlado el presupuesto del almacén para detectar y corregir desviaciones provenientes de la asignación de costes.

f) Se han supervisado los procesos realizados en el almacén, de acuerdo con los sistemas de mejora de la calidad del servicio y los planes de formación/reciclaje del personal.

g) Se ha gestionado el transporte internacional de la mercancía más adecuado en función del tipo de mercancía, puntos de origen y destino y coste del servicio.

h) Se ha gestionado el contrato de transporte internacional de la mercancía, en función del medio de transporte utilizado y del incoterm pactado.

i) Se ha gestionado el seguro de la mercancía durante el transporte, en función de la modalidad de transporte utilizado y de las condiciones pactadas en el contrato de compraventa.

7. Realiza la gestión de las operaciones de comercialización de la empresa, contactando con los clientes y/o proveedores en mercados exteriores y participando en actividades de negociación y contratación.

Criterios de evaluación:

a) Se han utilizado las técnicas adecuadas de búsqueda y selección de clientes y/o proveedores internacionales.

b) Se han identificado los términos y condiciones comerciales que deben cumplir los clientes y/o proveedores internacionales.

c) Se han seleccionado agentes, intermediarios, clientes y/o proveedores corporativos, en función de los objetivos marcados por la organización.

d) Se han confeccionado ficheros maestros de clientes y/o proveedores internacionales, a partir de la aplicación informática de gestión de la relación con clientes.

e) Se han elaborado informes de la selección de clientes y/o proveedores internacionales en soportes informáticos.

f) Se ha realizado el mantenimiento y actualización de las bases de datos y los ficheros de clientes y/o proveedores, de forma periódica.

g) Se han elaborado los presupuestos y ofertas para clientes de otros países, teniendo en cuenta las condiciones acordadas y el incoterm pactado.

h) Se ha utilizado la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera en los procesos de negociación y comercialización de la empresa.

8. Realiza gestiones de financiación internacional y de pago/cobro de operaciones de importación/introducción y exportación/expedición de mercancías, de acuerdo con las instrucciones recibidas.

Criterios de evaluación:

a) Se han utilizado sistemas para el tratamiento de la información/documentación relacionados con las operaciones de financiación internacional.

b) Se ha participado en la gestión de operaciones de financiación de exportaciones y/o importaciones, calculando en cada caso los riesgos y costes financieros que generan.

c) Se ha elaborado la documentación necesaria para la gestión de los créditos vinculados a las operaciones de comercio internacional.

d) Se han calculado los costes financieros y se ha elaborado el cuadro de amortización de un préstamo utilizando la aplicación informática apropiada.

e) Se ha cumplimentado la documentación específica necesaria para la obtención de un crédito con apoyo oficial a la exportación de productos, servicios y/o proyectos.

f) Se ha gestionado la documentación específica necesaria vinculada a un concurso o licitación internacional.

g) Se ha gestionado la documentación necesaria para realizar el cobro o el pago de las operaciones de compraventa internacional.

h) Se ha elaborado y gestionado la documentación relativa a los distintos medios de pago internacionales y las garantías asociadas a los mismos.

i) Se ha utilizado la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera en la gestión financiera de las operaciones de comercio internacional y en la gestión de los medios de pago internacionales.

Orientaciones didácticas.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias de este título y los objetivos generales del ciclo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo.

ANEXO 3

Unidades formativas

A) Organización de módulos en unidades formativas

Módulo Profesional 0623: Gestión económica y financiera de la empresa (190 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0623-UF01 (NA)	Creación y puesta en funcionamiento de una empresa	40
0623-UF02 (NA)	Tramitación y financiación de los recursos y activos de una empresa	40
0623-UF03 (NA)	Gestión administrativa de las operaciones de compraventa de una empresa	50
0623-UF04 (NA)	Gestión contable de una empresa	60

Módulo Profesional 0625: Logística de almacenamiento (130 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0625-UF01 (NA)	Introducción a la logística	20
0625-UF02 (NA)	El almacén: condicionantes físicos	20
0625-UF03 (NA)	Actividades en el almacenamiento	30
0625-UF04 (NA)	Los costes en el almacén	20
0625-UF05 (NA)	La gestión de stock	40

Módulo Profesional 0822: Sistema de información de mercados (60 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0822-UF01 (NA)	Mercado y entorno. SIM y obtención de información	30
0822-UF02 (NA)	Muestreo. Tratamiento y análisis de los datos de mercado	30

Módulo Profesional 0823: Marketing internacional (160 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0823-UF01 (NA)	Estrategias para la internacionalización de la empresa	50
0823-UF02 (NA)	Políticas de marketing-mix internacional	60
0823-UF03 (NA)	Plan de marketing internacional	50

Módulo Profesional 0825: Financiación internacional (130 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0825-UF01 (NA)	El mercado de divisas: funcionamiento y principales operaciones	30
0825-UF02 (NA)	Cobertura de riesgos de operaciones de comercio internacional	20
0825-UF03 (NA)	Opciones de financiación de exportaciones e importaciones	20
0825-UF04 (NA)	El crédito oficial a la exportación	20
0825-UF05 (NA)	Licitaciones internacionales	20
0825-UF06 (NA)	CESCE y pólizas de crédito a la exportación	20

Módulo Profesional 0827: Comercio digital internacional (60 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0827-UF01 (NA)	Plan de marketing digital	20
0827-UF02 (NA)	Internet básico en comercio digital internacional	20
0827-UF03 (NA)	Comercio electrónico. Tienda online B2C	20

Módulo Profesional 0179: Inglés (200 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0179-UF01 (NA)	Inglés avanzado I	130
0179-UF02 (NA)	Inglés avanzado II	70

Módulo Profesional NA19: Segunda lengua extranjera I (140 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
NA19-UF01 (NA)	Segunda lengua extranjera I. Introducción	100
NA19-UF02 (NA)	Segunda lengua extranjera I. Taller de conversación	40

Módulo Profesional 0622: Transporte internacional de mercancías (130 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0622-UF01 (NA)	Transporte internacional por carretera	40
0622-UF02 (NA)	Transporte internacional marítimo	30
0622-UF03 (NA)	Transporte internacional aéreo	20
0622-UF04 (NA)	Transporte internacional por ferrocarril	20
0622-UF05 (NA)	Transporte internacional intermodal	20

Módulo Profesional 0627: Gestión administrativa del comercio internacional (150 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0627-UF01 (NA)	Organismos y sistemas de información en comercio internacional	30
0627-UF02 (NA)	Intervención administrativa en el comercio internacional	30
0627-UF03 (NA)	Administración de operaciones de importación-exportación	50
0627-UF04 (NA)	Documentación en operaciones de importación-exportación	40

Módulo Profesional 0824: Negociación internacional (110 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0824-UF01 (NA)	Introducción a la negociación internacional	50
0824-UF02 (NA)	Contratación internacional	60

Módulo Profesional 0826: Medios de pago internacionales (90 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0826-UF01 (NA)	Medios de pago simples en comercio internacional	30
0826-UF02 (NA)	Remesas, orden de pago y otros medios de pago específicos del comercio internacional	30
0826-UF03 (NA)	Crédito documentario y medios de pago digitales	30

Módulo Profesional 0829: Formación y orientación laboral (70 h).

CÓDIGO	UNIDAD FORMATIVA	DURACIÓN (h)
0829-UF01 (NA)	Nivel básico en prevención de riesgos laborales	30
0829-UF02 (NA)	Relaciones laborales y Seguridad Social	20
0829-UF03 (NA)	Inserción laboral y resolución de conflictos	20

B) Desarrollo de unidades formativas

Módulo profesional: Gestión económica y financiera de la empresa.
Código: 0623.
Duración: 190 horas.

Unidad formativa: Creación y puesta en funcionamiento de una empresa.

Código: 0623-UF01 (NA).

Duración: 40 horas.

–Recopilación de información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas:

- Plan de empresa: la idea de negocio.
 - Funciones básicas de la empresa.
 - La empresa como sistema.
 - Análisis del entorno general y específico de una pyme.
 - Relaciones de la pyme con su entorno y con la sociedad.
- Establecimiento de la forma jurídica de una empresa:
- La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales.
 - Diferentes tipos de sociedades (como forma jurídica de empresa).
 - Constitución y puesta en marcha de la empresa: requisitos, obligaciones formales y trámites.
 - Obligaciones fiscales y laborales y responsabilidad del empresario.

Unidad formativa: Tramitación y financiación de los recursos y activos de una empresa.

Código: 0623-UF02 (NA).

Duración: 40 horas.

–Tramitación de los recursos financieros de una empresa:

- Estructura económica y financiera de la empresa.
 - Financiación propia y ajena. Financiación interna y externa.
 - Equilibrio financiero. Capital circulante o fondo de maniobra.
 - Financiación a corto y a largo plazo.
 - Cálculo de costes financieros y amortización de préstamos.
- Actuaciones para la compra y/o alquiler de vehículos y otros activos:
- Gestión de compras y alquiler de vehículos y suministros.
 - Análisis y selección de inversiones.

- Presupuestos y condiciones de compra y de alquiler.
- Elaboración de documentos relativos a la compra de equipamientos y de contratos y formulación de pedidos.

Unidad formativa: Gestión administrativa de las operaciones de compra de una empresa.

Código: 0623-UF03 (NA).

Duración: 50 horas.

- Elaboración de presupuestos.
- Facturación de servicios y conservación y registro de facturas.
- Fiscalidad de las operaciones de la empresa. IVA y otros tributos.
- Operaciones intracomunitarias.
- Medios y documentos de pago y cobro: cheque, transferencia, recibo, letra de cambio, tarjeta de crédito y pagare.

Unidad formativa: Gestión contable de una empresa.

Código: 0623-UF04 (NA).

Duración: 60 horas.

- Obligaciones contables de la empresa.
- Patrimonio, cuentas y libros contables y de registro.
- Plan general contable.
- Ciclo contable.
- Cuentas anuales y resultados de ejercicios.
- Los diferentes tipos de impuestos: IRPF, impuesto sobre sociedades, IVA e Impuesto de circulación de vehículos.
- Determinación de la rentabilidad de inversiones: umbral de rentabilidad, periodo medio de maduración, ratios financieros y de rentabilidad y eficiencia.

Módulo profesional: Logística de almacenamiento.

Código: 0625.

Duración: 130 horas.

Unidad formativa: Introducción a la logística.

Código: 0625-UF01 (NA).

Duración: 20 horas.

- Introducción a la logística.
- Logística integral y logística inversa.
- Los flujos de materiales e información.
- La gestión de operaciones sujetas a la logística inversa.
- La normativa de los almacenes.

Unidad formativa: El almacén: condicionantes físicos.

Código: 0625-UF02 (NA).

Duración: 20 horas.

- Sistemas de almacenamiento y manipulación.
- Embalajes, envases.
- Terminales de radiofrecuencia.
- El layout.

Unidad formativa: Actividades en el almacenamiento.

Código: 0625-UF03 (NA).

Duración: 30 horas.

- El dimensionamiento.
- La localización de almacenes.
- El picking.
- Las actividades propias del almacén.
- El método ABC.

Unidad formativa: Los costes en el almacén.

Código: 0625-UF04 (NA).

Duración: 20 horas.

- Los costes de almacenamiento.
- Los costes de manipulación.
- Costes directos e indirectos.

Unidad formativa: La gestión de stock.

Código: 0625-UF05 (NA).

Duración: 40 horas.

- La valoración de existencias.
- Los tipos de stock.
- El punto de pedido.
- Los costes asociados a la gestión de stock.

Módulo profesional: Sistemas de información de mercados.
Código: 0822.
Duración: 60 horas.

Unidad formativa: Mercado y entorno. SIM y obtención de información.

Código: 0822-UF01 (NA).

Duración: 30 horas.

–El mercado (elementos, funcionamiento, estructura, límites y clasificación) y el entorno (macro y micro).

–Estudio de necesidades, comportamiento del consumidor y segmentación de mercados.

–Sistema de información de marketing: características, finalidad y estructura.

–Investigación comercial, aplicaciones y proceso metodológico.

–Planes de trabajo para obtener información: diseño de planes de investigación, técnicas de obtención de información y técnicas de investigación.

Unidad formativa: Muestreo. Tratamiento y análisis de los datos de mercado.

Código: 0822-UF02 (NA).

Duración: 30 horas.

–Muestreo, errores y tamaño de la muestra.

–Trabajo de campo: organización y elaboración del mismo.

–Tratamiento de datos:

- Tabulación y representación gráfica.
 - Medidas de posición, dispersión y de forma de distribución.
 - Técnicas de análisis probabilístico.
 - Regresión, correlación y ajustes.
 - Números índices y series temporales.
 - Aplicaciones informáticas correspondientes.
- Análisis de los datos:
- Organización y tabulación de datos.
 - Análisis de datos.
 - Medidas de posición, de dispersión y de forma de la distribución.
 - Técnicas de análisis probabilístico.
 - Regresión lineal y correlación simple. Ajuste de curvas.
 - Números índices.
 - Series temporales.

Módulo profesional: Marketing internacional.
Código: 0823.
Duración: 160 horas.

Unidad formativa: Estrategias para la internacionalización de la empresa.

Código: 0823-UF01 (NA).

Duración: 50 horas.

- Principios generales del marketing.
- Marketing nacional versus marketing internacional.
- Funciones del departamento de marketing internacional.
- Estrategias genéricas.
- Alternativas en mercados exteriores.
- Modos de operación indirectos.
- Modos de operación directos.
- Modos de operación concertados.
- Modos de operación propios.

Unidad formativa: Políticas de marketing-mix internacional.

Código: 0823-UF02 (NA).

Duración: 60 horas.

- Factores de la política de productos.
- Posicionamiento del producto.
- Lanzamiento del producto.
- Métodos de fijación de precios.
- Variables determinantes del precio internacional.
- Cálculo del precio internacional.
- Estrategias de precios.
- Selección del canal de distribución.
- Costes de distribución en mercados exteriores.
- Red de ventas.
- Herramientas de la comunicación.
- Medios de comunicación.
- Medios de promoción.

Unidad Formativa: Plan de marketing internacional.

Código: 0823-UF03 (NA).

Duración: 50 horas.

- El plan de marketing: finalidad y objetivos.
- Estrategias del plan de marketing.
- Ejecución y control del plan.

Módulo profesional: Financiación internacional.
Código: 0825.
Duración: 130 horas.

Unidad formativa: El mercado de divisas: funcionamiento y principales operaciones.

Código: 0825-UF01 (NA).

Duración: 30 horas.

–Introducción: Organismos y entidades que participan en las operaciones de comercio internacional.

- Obtención de información a través de la página web de los distintos organismos.
 - Elaboración de una base de datos de los organismos que facilitan apoyo financiero, ayuda o subvenciones a la exportación y venta internacional.
 - Elaboración y mantenimiento de bases de datos de clientes y proveedores potenciales.
- El mercado de divisas: FOREX.
- Organismos y entidades que participan en el mercado de divisas y normativa reguladora del mercado.
 - Funcionamiento del mercado de divisas.
 - El sistema monetario europeo. La Unión Monetaria.

Unidad formativa: Cobertura de riesgos de operaciones de comercio internacional.

Código: 0825-UF02 (NA).

Duración: 20 horas.

–Gestión y cobertura del riesgo de cambio y del riesgo de interés en las operaciones de importación y exportación:

- Los riesgos en el comercio internacional: comerciales y financieros.
- El riesgo de cambio de una divisa. Factores de riesgo.
- Cobertura del riesgo de cambio. El seguro de cambio.

Unidad formativa: Opciones de financiación de exportaciones e importaciones.

Código: 0825-UF03 (NA).

Duración: 20 horas.

–Financiación de las importaciones y compras internacionales en moneda nacional o extranjera.

–Financiación de las exportaciones, ventas y proyectos internacionales.

–Otros productos de financiación: leasing, factoring, forfaiting.

Unidad formativa: El crédito oficial a la exportación.

Código: 0825-UF04 (NA).

Duración: 20 horas.

–Marco legal: el consenso OCDE.

–Fuentes de financiación de las exportaciones con apoyo oficial: ICO, CESCE y otros.

–Crédito suministrador-exportador nacional. Operativa.

–Crédito comprador extranjero: crédito individual o línea de crédito. Operativa.

–Requisitos y condiciones básicas del crédito con apoyo oficial.

–El Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI). Procedimiento de cálculo.

–Créditos del Fondo de Ayuda al Desarrollo (créditos FAD).

Unidad formativa: Licitaciones internacionales.

Código: 0825-UF05 (NA).

Duración: 20 horas.

–Normas y reglamentos de licitación del Banco Mundial y otros organismos internacionales que la regulan.

–Instituciones y organismos convocantes de proyectos. Objetivos.

–Procedimiento de adjudicación de proyectos. Fases del proceso.

–Documentación que hay que presentar en un concurso o licitación.

–Fianzas y garantías.

–Participación de las empresas españolas en proyectos internacionales.

Unidad formativa: CESCE y pólizas de crédito a la exportación.
 Código: 0825-UF06 (NA).
 Duración: 20 horas.

- El contrato de seguro de crédito a la exportación.
- La Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE).
- Modalidades de pólizas para ventas-exportaciones a corto plazo.
- Tipos de pólizas para ventas internacionales a medio y largo plazo.
- Proceso de contratación del seguro de crédito.
- Procedimiento de declaración de siniestros e indemnización por daños.

Módulo profesional: Comercio digital internacional.
Código: 0827.
Duración: 60 horas.

Unidad formativa: Plan de marketing digital.
 Código: 0827-UF01 (NA).
 Duración: 20 horas.

- Elaboración del plan de marketing digital.
- Desarrollo del plan de marketing digital internacional.
- Características específicas del cliente online internacional.
- Promoción online y offline de la web exportadora.
- Políticas de captación: proceso de creación de una marca.
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.
- Posicionamiento SEM y SEO.
- Desarrollo del plan de marketing.
- Promoción online.
- Posicionamiento en buscadores. Google AdWords.
- Redes sociales. Marketing viral.
- Marketing one-to-one.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.

Unidad formativa: Internet básico en comercio digital internacional.
 Código: 0827-UF02 (NA).
 Duración: 20 horas.

- Funcionamiento: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web y los dominios de la red.
- Configuración de acceso.
- Las intranets y las extranets.
- Buscadores y conceptos básicos de búsqueda.
- Correo electrónico.
- Transferencia de archivos. Su utilización.
- Redes P2P (peer to peer). Aplicaciones.
- Los foros internacionales. Los grupos de discusión internacionales.
- Redes sociales internacionales.
- Weblogs, blogs o bitácoras.
- Redes sociales internacionales para empresas.
- Comprar y vender en redes sociales internacionales.

Unidad formativa: Comercio electrónico. Tienda online B2C.
 Código: 0827-UF03 (NA).
 Duración: 20 horas.

- Diseño de una tienda virtual internacional.
- Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.
- Escaparate web. Catálogo electrónico.
- Control logístico de las mercancías vendidas online.
- La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.
- Medios internacionales de pago electrónico.
- Períodos de reflexión y cancelaciones.
- Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.
- Firma y certificados digitales.

Módulo profesional: Inglés.
Código: 0179.
Duración: 200 horas.

Unidad Formativa: Inglés avanzado I.
 Código 0179-UF01 (NA).
 Duración: 130 horas.

El desarrollo de esta unidad formativa se corresponde con lo establecido en el módulo profesional 0179.a) Inglés, del currículo.

Unidad Formativa: Inglés avanzado II.
 Código 0179-UF02 (NA).
 Duración: 70 horas.

El desarrollo de esta unidad formativa se corresponde con lo establecido en el módulo profesional 0179.b) Inglés, del currículo. En esta unidad formativa se hará especial hincapié en el desarrollo de las destrezas de interacción oral y expresión escrita.

Módulo profesional: Segunda lengua extranjera I.
Código: NA19.
Duración: 140 horas.

Unidad Formativa: Introducción a la segunda lengua extranjera.
 Código NA19-UF01 (NA).
 Duración: 100 horas.

El desarrollo de esta unidad formativa se corresponde con lo establecido en el módulo profesional de NA19.a) Segunda lengua extranjera I, del currículo.

Unidad Formativa: Taller básico de conversación en segunda lengua extranjera.
 Código NA19-UF02 (NA).
 Duración: 40 horas.

El desarrollo de esta unidad formativa se corresponde con lo establecido en el módulo profesional de NA19.b) Segunda lengua extranjera I, del currículo. En esta unidad formativa se hará especial hincapié en el desarrollo de las destrezas de interacción oral.

Módulo profesional: Transporte internacional de mercancías.
Código: 0622.
Duración: 130 horas.

Unidad formativa: Transporte internacional por carretera.
 Código: 0622-UF01 (NA).
 Duración: 40 horas.

- Características generales. Marco normativo.
- Protección física de mercancías para el transporte por carretera.
- Seguros de mercancías para el transporte por carretera.
- Incoterms y transporte internacional por carretera.
- Tipos de vehículos y adecuación a las cargas.
- Análisis del convenio y del contrato de transporte internacional, así como el documento CMR.
- Tarifas y coste de la operación de transporte.

Unidad formativa: Transporte internacional marítimo.
 Código: 0622-UF02 (NA).
 Duración: 30 horas.

- Características generales. Marco normativo.
- Protección física de mercancías para el transporte marítimo.
- Seguros de mercancías para el transporte por mar.
- Incoterms y transporte internacional por carretera.
- Tipos de barcos y adecuación a las cargas.
- Análisis de los convenios y del contrato de transporte internacional, así como de los documentos B/L y CHARTER PARTY.
- Tráficos: LINER Y TRAMP.
- Tarifas y coste de la operación de transporte.

Unidad formativa: Transporte internacional aéreo.
 Código: 0622-UF03 (NA).
 Duración: 20 horas.

- Características generales. Marco normativo.
- Protección física de mercancías para el transporte aéreo. Adecuación de cargas al medio.
- Seguros de mercancías para el transporte aéreo.
- Incoterms y transporte internacional aéreo.
- Tipos de aeronaves y adecuación a las cargas.
- Análisis del convenio y del contrato de transporte internacional, así como el documento AWB.
- Tarifas y coste de la operación de transporte.

Unidad formativa: Transporte internacional por ferrocarril.
 Código: 0622-UF04 (NA).
 Duración: 20 horas.

- Características generales. Marco normativo.
- Protección física de mercancías para el transporte por ferrocarril.

- Seguros de mercancías para el transporte por ferrocarril.
- Incoterms y transporte internacional.
- Tipos de trenes y adecuación a las cargas.
- Análisis del convenio y del contrato de transporte internacional, así como el documento CIM.
- Tarifas y coste de la operación de transporte.

Unidad formativa: Transporte internacional intermodal.
 Código: 0622-UF05 (NA).
 Duración: 20 horas.

- Características generales. Marco normativo.
- Equipos: palé, contenedor, caja móvil.
- Protección física de mercancías para el transporte en contenedor.
- Seguros de mercancías para el transporte.
- Incoterms y transporte internacional.
- El transitario.
- Tipos de contenedor y adecuación a las cargas.
- Análisis del convenio y del contrato de transporte internacional, así como el documento FIATA.
- Tarifas y coste de la operación de transporte.

Módulo profesional: Gestión administrativa del comercio internacional.
 Código: 0627.
 Duración: 150 horas.

Unidad formativa: Organismos y sistemas de información en comercio internacional.

Código: 0627-UF01 (NA).
 Duración: 30 horas.

- Fuentes de información en comercio internacional.
- Sistemas de comunicación e información: aplicaciones y recursos informáticos.
- Comercio exterior en el derecho comunitario.

Unidad formativa: Intervención administrativa en el comercio internacional.

Código: 0627-UF02 (NA).
 Duración: 30 horas.

- Barreras comerciales.
- Regímenes comerciales.

Unidad formativa: Administración de operaciones de importación-exportación.

Código: 0627-UF03 (NA).
 Duración: 50 horas.

- Las aduanas y su fiscalidad.
- Origen de las mercancías.
- Arancel de aduanas y deuda aduanera.
- Declaración INTRASTAT.

Unidad formativa: Documentación en operaciones de importación-exportación.

Código: 0627-UF04 (NA).
 Duración: 40 horas.

- Gestión aduanera de operaciones de importación-exportación.
- Regímenes aduaneros.
- El despacho aduanero de mercancías.

Módulo profesional: Negociación internacional.
 Código: 0824.
 Duración: 110 horas.

Unidad formativa: Introducción a la negociación internacional.
 Código: 0824-UF01 (NA).
 Duración: 50 horas.

- Selección de clientes y/o proveedores potenciales.
- La comunicación en las relaciones internacionales.
- Diseño del proceso de negociación internacional.

Unidad formativa: Contratación internacional.
 Código: 0824-UF02 (NA).
 Duración: 60 horas.

- Interpretación de la normativa sobre comercio internacional.
- Elaboración de distintos contratos internacionales.

- Desarrollo y control de los acuerdos contractuales internacionales.

Módulo profesional: Medios de pago internacionales.
 Código: 0826.
 Duración: 90 horas.

Unidad formativa: Medios de pago simples en comercio internacional.
 Código: 0826-UF01 (NA).
 Duración: 30 horas.

- Identificación de la normativa reguladora de los medios de pago internacionales.
- Cheques, letras y pagarés.
- Normativa de medio de pago específico.
- Características del medio de pago.
- Riesgos, garantías y avales del medio de pago.
- Documentación necesaria.
- Cumplimentación de documentos.

Unidad formativa: Remesas, orden de pago y otros medios de pago específicos del comercio internacional.

Código: 0826-UF02 (NA).
 Duración: 30 horas.

- Remesa y orden de pago (simple y documentaria).
- Normativa de medio de pago específico.
- Características del medio de pago.
- Riesgos, garantías y avales del medio de pago.
- Documentación necesaria.
- Cumplimentación de documentos.
- Factoring a la exportación.
- Normativa de medio de pago específico.
- Características del medio de pago.
- Riesgos, garantías y avales del medio de pago.
- Documentación necesaria.
- Cumplimentación de documentos.
- Cuentas bancarias en el exterior.

Unidad formativa: Crédito documentario y medios de pago digitales.

Código: 0826-UF03 (NA).
 Duración: 30 horas.

- Crédito Documentario.
- Normativa de medio de pago específico.
- Características del medio de pago.
- Riesgos, garantías y avales del medio de pago.
- Documentación necesaria.
- Cumplimentación de documentos.
- Identificación de los medios de cobro y pago a través de Internet y otros sistemas digitales.

Módulo Profesional: Formación y orientación laboral.
 Código: 0829.
 Duración: 70 horas.

Unidad formativa: Nivel básico en prevención de riesgos laborales.

Código: 0829-UF01 (NA).
 Duración: 30 horas.

- Importancia de la cultura preventiva en todas las fases de la actividad.
- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- El riesgo profesional. Análisis de factores de riesgo.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.
- Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales.
- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organización de la gestión de la prevención en la empresa.
- Representación de los trabajadores en materia preventiva.
- Responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva.
- Análisis de riesgos ligados a las condiciones de seguridad, ambientales, ergonómicas y psicosociales.
- Valoración del riesgo.
- Adopción de medidas preventivas: su planificación y control.

- Medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Plan de prevención y su contenido.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia de una PYME.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Urgencia médica/primeros auxilios. Conceptos básicos.
- Formación de los trabajadores en materia de planes de emergencia y aplicación de técnicas de primeros auxilios.
- Vigilancia de la salud de los trabajadores.

Unidad formativa: Relaciones laborales y Seguridad Social.

Código: 0829-UF02 (NA).

Duración: 20 horas.

- El derecho del trabajo.
- Análisis de la relación laboral individual.
- Modalidades de contrato de trabajo y medidas de fomento de la contratación.
- Derechos y deberes derivados de la relación laboral.
- Condiciones de trabajo. Salario, tiempo de trabajo y descanso laboral.
- Recibo de salarios.
- Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- Representación de los trabajadores.
- Análisis de un convenio colectivo aplicable a un determinado ámbito profesional.
- Conflictos colectivos de trabajo.
- Nuevos entornos de organización del trabajo: subcontratación, teletrabajo entre otros.
- Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones: flexibilidad, beneficios sociales entre otros.
- El sistema de la Seguridad Social como principio básico de solidaridad social.
- Estructura del sistema de la Seguridad Social.
- Determinación de las principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: afiliación, altas, bajas y cotización.
- La acción protectora de la Seguridad Social.
- La Seguridad Social en los principales países de nuestro entorno.

- Concepto y situaciones protegibles en la protección por desempleo.

Unidad formativa: Inserción laboral y resolución de conflictos.

Código: 0829-UF03 (NA).

Duración: 20 horas.

- Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.
- El proceso de toma de decisiones.
- Definición y análisis de un sector profesional determinado dentro del ámbito territorial de su influencia, así como a nivel nacional.
- Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector dentro del ámbito territorial de su influencia, así como en el ámbito nacional y de la Unión Europea.
- Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.
- Valoración de la importancia de la formación permanente para la trayectoria laboral y profesional. Identificación de los organismos locales, regionales, nacionales y europeos que facilitan dicha información.
- Identificación de itinerarios formativos en el ámbito local, regional, nacional y europeo.
- Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo: modelos de currículum vitae, currículum vitae europeo y entrevistas de trabajo. Otros documentos que facilitan la movilidad de los trabajadores en el seno de la Unión Europea: documento de movilidad.
- Valoración del autoempleo como alternativa para la inserción profesional.
- Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
- Clases de equipos según las funciones que desempeñan.
- Características de un equipo de trabajo eficaz.
- Habilidades sociales. Técnicas de comunicación verbal y no verbal.
- Documentación utilizada en las reuniones de trabajo: convocatorias, actas y presentaciones.
- La participación en el equipo de trabajo. Análisis de los posibles roles de sus integrantes.
- Conflicto: características, fuentes y etapas del conflicto.
- Métodos para la resolución o supresión del conflicto: mediación, conciliación, arbitraje, juicio y negociación.

ANEXO 4

Convalidaciones y exenciones

Convalidaciones entre módulos profesionales de títulos establecidos al amparo de la Ley Orgánica 1/1990 (LOGSE) y los establecidos en el título de Técnico Superior en Comercio Internacional al amparo de la Ley Orgánica 2/2006.

MÓDULOS PROFESIONALES INCLUIDOS EN CICLOS FORMATIVOS ESTABLECIDOS EN LOGSE 1/1990	MÓDULOS PROFESIONALES DEL CICLO FORMATIVO (LOE 2/2006): COMERCIO INTERNACIONAL
Gestión administrativa del comercio internacional	0627. Gestión administrativa del comercio internacional
Marketing internacional	0823. Marketing internacional
Negociación internacional	0824. Negociación internacional
Financiación internacional	0825. Financiación internacional
Medios de pago internacionales	0826. Medios de pago internacionales
Almacenaje de productos	0625. Logística de almacenamiento
Transporte internacional de mercancías	0622. Transporte internacional de mercancías
Lengua extranjera en comercio internacional (inglés)	0179. Inglés
Formación en centro de trabajo del título de Técnico Superior en Comercio Internacional	0830. Formación en centros de trabajo

ANEXO 5

Correspondencia entre módulos profesionales y unidades de competencia

A) Correspondencia de las unidades de competencia con los módulos profesionales para su convalidación.

UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITADAS	MÓDULOS PROFESIONALES CONVALIDABLES
UC1013-3: Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte de larga distancia	0622. Transporte internacional de mercancías
UC1423-3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera	0623. Gestión económica y financiera de la empresa
UC1014-3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos	0625. Logística de almacenamiento
UC1015-2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén	0627. Gestión administrativa del comercio internacional
UC0242-3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías	0627. Gestión administrativa del comercio internacional
UC1007-3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados	0822. Sistema de información de mercados
UC1008-3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional	0823. Marketing internacional

UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITADAS	MÓDULOS PROFESIONALES CONVALIDABLES
UC1009-3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacionales de productos y servicios	0824. Negociación internacional
UC0243-3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios	0825. Financiación internacional
UC0244-3: Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales	0826. Medios de pago internacionales
UC1010-3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional	0179. Inglés

Las personas matriculadas en este ciclo formativo que tengan acreditadas todas las unidades de competencia incluidas en el título de acuerdo con el procedimiento establecido en el Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral, tendrán convalidado el módulo profesional "0827. Comercio digital internacional".

B) Correspondencia de los módulos profesionales con las unidades de competencia para su acreditación.

MÓDULOS PROFESIONALES SUPERADOS	UNIDADES DE COMPETENCIA ACREDITABLES
0622. Transporte internacional de mercancías	UC1013-3: Organizar, gestionar y controlar las operaciones de transporte a larga distancia
0623. Gestión económica y financiera de la empresa	UC1423-3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera
0625. Logística de almacenamiento	UC1014-3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos UC1015-2: Gestionar y coordinar las operaciones de almacén
0627. Gestión administrativa del comercio internacional	UC0242-3: Realizar y controlar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación y/o introducción/expedición de mercancías
0822. Sistema de información de mercados	UC1007-3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados
0823. Marketing internacional	UC1008-3: Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional
0824. Negociación internacional	UC1009-3: Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compraventa internacionales de productos y servicios
0825. Financiación internacional	UC0243-3: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías y servicios
0826. Medios de pago internacionales	UC0244-3: Gestionar las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales
0179. Inglés	UC1010-3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional

ANEXO 6

Profesorado

A) Atribución docente.

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
0622. Transporte internacional de mercancías	Procesos comerciales	Profesor Técnico de Formación Profesional
0623. Gestión económica y financiera de la empresa	Organización y gestión comercial	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0625. Logística de almacenamiento	Procesos comerciales	Profesor Técnico de Formación Profesional
0627. Gestión administrativa del comercio internacional	Organización y gestión comercial	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0822. Sistema de información de mercados	Procesos comerciales	Profesor Técnico de Formación Profesional
0823. Marketing internacional	Organización y gestión comercial	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0824. Negociación internacional	Organización y gestión comercial	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0825. Financiación internacional	Organización y gestión comercial	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0826. Medios de pago internacionales	Organización y gestión comercial	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0827. Comercio digital internacional	Procesos comerciales	Profesor Técnico de Formación Profesional
0179. Inglés	Inglés	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
NA19. Segunda lengua extranjera I	*	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0828. Proyecto de comercio internacional	Procesos comerciales	Profesor Técnico de Formación Profesional
	Organización y gestión comercial	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria
0829. Formación y orientación laboral	Formación y Orientación Laboral	Catedrático de Enseñanza Secundaria Profesor de Enseñanza Secundaria

* Profesorado de la especialidad de la segunda lengua extranjera que se imparta.

B) Titulaciones equivalentes a efectos de docencia.

CUERPOS	ESPECIALIDADES	TITULACIONES
Profesores de Enseñanza Secundaria	Formación y orientación laboral	–Diplomado en Ciencias Empresariales –Diplomado en Relaciones Laborales –Diplomado en Trabajo Social –Diplomado en Educación Social –Diplomado en Gestión y Administración Pública
	Organización y gestión comercial	–Diplomado en Ciencias Empresariales

C) Titulaciones requeridas para los centros privados.

MÓDULOS PROFESIONALES	TITULACIONES
0622. Transporte internacional de mercancías 0625. Logística de almacenamiento 0822. Sistema de información de mercados 0827. Comercio digital internacional 0828. Proyecto de comercio internacional	-Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes -Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes
0623. Gestión económica y financiera de la empresa 0627. Gestión administrativa del comercio internacional 0823. Marketing internacional 0824. Negociación internacional 0825. Financiación internacional 0826. Medios de pago internacionales 0179. Inglés 0829. Formación y orientación laboral NA19. Segunda lengua extranjera I	-Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes a efectos de docencia

ANEXO 7

Espacios

Espacio formativo:

Aula polivalente
Aula técnica de comercio y marketing

F1311083