

### 3. Otras disposiciones

#### CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

*ORDEN de 11 de marzo de 2013, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Comercio Internacional.*

El Estatuto de Autonomía para Andalucía establece en su artículo 52.2 la competencia compartida de la Comunidad Autónoma en el establecimiento de planes de estudio y en la organización curricular de las enseñanzas que conforman el sistema educativo.

La Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, establece mediante el capítulo V «Formación profesional», del Título II «Las enseñanzas», los aspectos propios de Andalucía relativos a la ordenación de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo.

El sistema educativo andaluz, guiado por la Constitución y el Estatuto de Autonomía para Andalucía se fundamenta en el principio de promoción de la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en los ámbitos y prácticas del sistema educativo.

El Título II de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, establece en el capítulo I, sección 1.ª, artículo 14, referido a la enseñanza no universitaria, que el principio de igualdad entre mujeres y hombres inspirará el sistema educativo andaluz y el conjunto de políticas que desarrolle la Administración educativa. Esta norma contempla la integración transversal del principio de igualdad de género en la educación.

Por otra parte, el Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, fija la estructura de los nuevos títulos de formación profesional, que tendrán como base el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social, dejando a la Administración educativa correspondiente el desarrollo de diversos aspectos contemplados en el mismo.

Como consecuencia de todo ello, el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo, regula los aspectos generales de estas enseñanzas. Esta formación profesional está integrada por estudios conducentes a una amplia variedad de titulaciones, por lo que el citado Decreto determina en su artículo 13 que la Consejería competente en materia de educación regulará mediante Orden el currículo de cada una de ellas.

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, hace necesario que, al objeto de poner en marcha estas nuevas enseñanzas en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se desarrolle el currículo correspondiente a las mismas. Las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional se organizan en forma de ciclo formativo de grado superior, de 2.000 horas de duración, y están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales del ciclo formativo.

De conformidad con lo establecido en el artículo 13 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, el currículo de los módulos profesionales está compuesto por los resultados de aprendizaje, los criterios de evaluación, los contenidos y duración de los mismos y las orientaciones pedagógicas. En la determinación del currículo establecido en la presente Orden se ha tenido en cuenta la realidad socioeconómica de Andalucía, así como las necesidades de desarrollo económico y social de su estructura productiva. En este sentido, ya nadie duda de la importancia de la formación de los recursos humanos y de la necesidad de su adaptación a un mercado laboral en continua evolución.

Por otro lado, en el desarrollo curricular de estas enseñanzas se pretende promover la autonomía pedagógica y organizativa de los centros docentes, de forma que puedan adaptar los contenidos de las mismas a las características de su entorno productivo y al propio proyecto de centro. Con este fin, se establecen dentro del currículo horas de libre configuración, dentro del marco y de las orientaciones recogidas en la presente Orden.

La presente Orden determina, asimismo, el horario lectivo semanal de cada módulo profesional y la organización de éstos en los dos cursos escolares necesarios para completar el ciclo formativo. Por otra parte, se hace necesario tener en cuenta las medidas conducentes a flexibilizar la oferta de formación profesional para facilitar la formación a las personas cuyas condiciones personales, laborales o geográficas no les permiten la asistencia diaria a tiempo completo a un centro docente. Para ello, se establecen orientaciones que indican los itinerarios más adecuados en el caso de que se cursen ciclos formativos de formación profesional de forma parcial, así como directrices para la posible impartición de los mismos en modalidad a distancia.

En su virtud, a propuesta del Director General de Formación Profesional Inicial y Educación Permanente, y de acuerdo con las facultades que me confiere el artículo 44.2 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía y el artículo 13 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre.

## D I S P O N G O

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. La presente Orden tiene por objeto desarrollar el currículo de las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional, de conformidad con el Decreto 436/2008, de 2 de septiembre.

2. Las normas contenidas en la presente disposición serán de aplicación en todos los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía que impartan las enseñanzas del Ciclo Formativo de Grado Superior de Comercio Internacional.

Artículo 2. Organización de las enseñanzas.

Las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior en Comercio Internacional conforman un ciclo formativo de grado superior y, de conformidad con lo previsto en el artículo 12.1 del Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, están constituidas por los objetivos generales y los módulos profesionales.

Artículo 3. Objetivos generales.

De conformidad con lo establecido en el artículo 9 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, los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al mismo son:

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 necesaria 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.

#### Artículo 4. Componentes del currículo.

1. De conformidad con el artículo 10 del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, los módulos profesionales en que se organizan las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional son:

a) Módulos profesionales asociados a unidades de competencia:

- 0622. Transporte internacional de mercancías
- 0623. Gestión económica y financiera de la empresa
- 0625. Logística de almacenamiento
- 0627. Gestión administrativa del comercio internacional
- 0822. Sistema de información de mercados
- 0823. Marketing internacional
- 0824. Negociación internacional
- 0825. Financiación internacional
- 0826. Medios de pago internacionales
- 0179. Inglés

b) Otros módulos profesionales:

- 0827. Comercio digital internacional
- 0828. Proyecto de comercio internacional
- 0829. Formación y orientación laboral
- 0830. Formación en centros de trabajo

2. El currículo de los módulos profesionales estará constituido por los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación, contenidos, duración en horas y orientaciones pedagógicas, tal como figuran en el Anexo I de la presente Orden.

#### Artículo 5. Desarrollo curricular.

1. Los centros docentes, en virtud de su autonomía pedagógica, desarrollarán el currículo del Título de Técnico Superior en Comercio Internacional mediante las programaciones didácticas, en el marco del Proyecto Educativo de Centro.

2. El equipo educativo responsable del desarrollo del ciclo formativo del Título de Técnico Superior en Comercio Internacional, elaborará de forma coordinada las programaciones didácticas para los módulos profesionales, teniendo en cuenta la adecuación de los diversos elementos curriculares a las características del entorno social y cultural del centro docente, así como a las del alumnado para alcanzar la adquisición de la competencia general y de las competencias profesionales, personales y sociales del título.

#### Artículo 6. Horas de libre configuración.

1. El currículo de las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional incluye tres horas de libre configuración por el centro docente.

2. El objeto de estas horas de libre configuración será determinado por el departamento de la familia profesional de Comercio y Marketing, que podrá dedicarlas a actividades dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general del Título o a implementar la formación relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación o a los idiomas.

3. El departamento de la familia profesional de Comercio y Marketing deberá elaborar una programación didáctica en el marco del Proyecto Educativo de Centro, en la que se justificará y determinará el uso y organización de las horas de libre configuración.

4. A los efectos de que estas horas cumplan eficazmente su objetivo, se deberán tener en cuenta las condiciones y necesidades del alumnado. Estas condiciones se deberán evaluar con carácter previo a la programación de dichas horas, y se establecerán con carácter anual.

5. Las horas de libre configuración se podrán organizar de la forma siguiente:

a) Las horas de libre configuración dirigidas a favorecer el proceso de adquisición de la competencia general del título, serán impartidas por profesorado con atribución docente en algunos de los módulos profesionales asociados a unidades de competencia de segundo curso, quedando adscritas al módulo profesional que se decida a efectos de matriculación y evaluación.

b) Las horas de libre configuración que deban implementar la formación relacionada con las tecnologías de la información y la comunicación, serán impartidas por profesorado de alguna de las especialidades con atribución docente en ciclos formativos de formación profesional relacionados con estas tecnologías, y en su defecto, se llevará a cabo por profesorado del departamento de familia profesional con atribución docente en segundo curso del ciclo formativo objeto de la presente Orden, con conocimiento en tecnologías de la información y la comunicación. Estas horas quedarán, en todo caso, adscritas a uno de los módulos profesionales asociado a unidades de competencia del segundo curso a efectos de matriculación y evaluación.

c) Si el ciclo formativo tiene la consideración de bilingüe o si las horas de libre configuración deben de implementar la formación en idioma, serán impartidas por docentes del departamento de familia profesional con competencia bilingüe o, en su caso, por docentes del departamento didáctico del idioma correspondiente. Estas horas quedarán, en todo caso, adscritas a uno de los módulos profesionales de segundo curso asociados a unidades de competencia a efectos de matriculación y evaluación.

#### Artículo 7. Módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y de Proyecto.

1. Los módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y de Proyecto de comercio internacional se cursarán una vez superados el resto de módulos profesionales que constituyen las enseñanzas del ciclo formativo.

2. El módulo profesional de Proyecto de comercio internacional tiene carácter integrador y complementario respecto del resto de módulos profesionales del Ciclo Formativo de Grado Superior de Comercio Internacional.

3. Con objeto de facilitar el proceso de organización y coordinación del módulo de Proyecto de comercio internacional, el profesorado con atribución docente en este módulo profesional tendrá en cuenta las siguientes directrices:

a) Se establecerá un periodo de inicio con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose al planteamiento, diseño y adecuación de los diversos proyectos a realizar.

b) Se establecerá un periodo de tutorización con al menos tres horas lectivas semanales y presenciales en el centro docente para profesorado, dedicándose al seguimiento de los diversos proyectos durante su desarrollo. El profesorado podrá utilizar como recurso aquellas tecnologías de la información y la comunicación disponibles en el centro docente y que considere adecuadas.

c) Se establecerá un periodo de finalización con al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, dedicándose a la presentación, valoración y evaluación de los diversos proyectos.

4. Todos los aspectos que se deriven de la organización y coordinación de estos periodos a los que se refiere el apartado anterior, deberán reflejarse en el diseño curricular del módulo de Proyecto de comercio internacional, a través de su correspondiente programación didáctica.

#### Artículo 8. Oferta completa.

1. En el caso de que las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional se impartan a alumnado matriculado en oferta completa, se deberá tener en cuenta que una parte de los contenidos de los módulos profesionales de Formación y orientación laboral y de Empresa e iniciativa emprendedora pueden encontrarse también en otros módulos profesionales.

2. Los equipos educativos correspondientes, antes de elaborar las programaciones de aula, recogerán la circunstancia citada en el párrafo anterior, delimitando de forma coordinada el ámbito, y si procede, el nivel de profundización adecuado para el desarrollo de dichos contenidos, con objeto de evitar al alumnado la repetición innecesaria de contenidos.

#### Artículo 9. Horario.

Las enseñanzas del Ciclo Formativo de Grado Superior de Comercio Internacional, cuando se oferten de forma completa, se organizarán en dos cursos escolares, con la distribución horaria semanal de cada módulo profesional que figura como Anexo II.

#### Artículo 10. Oferta parcial.

1. En caso de que las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional se cursen de forma parcial, deberá tenerse en cuenta el carácter de determinados módulos a la hora de elegir un itinerario formativo, de acuerdo con la siguiente clasificación:

a) Módulos profesionales que contienen la formación básica e imprescindible respecto de otros del mismo ciclo, de manera que deben cursarse de forma secuenciada.

b) Módulos profesionales que contienen formación complementaria entre sí, siendo aconsejable no cursarlos de forma aislada.

c) Módulos profesionales que contienen formación transversal, aplicable en un determinado número de módulos del mismo ciclo.

2. Los módulos que corresponden a cada una de estas clases figuran en el Anexo III.

#### 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 IV de esta Orden.

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 cada uno 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 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 al alumnado la adquisición de los resultados de aprendizaje y la calidad de la enseñanza. 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 deberán estar en función del número de personas matriculadas 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. Desde la Consejería competente en materia de Educación de la Junta de Andalucía se 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 garantizar así la calidad de estas enseñanzas.

#### Artículo 12. Profesorado.

1. La docencia de los módulos profesionales que constituyen las enseñanzas de este ciclo formativo corresponde al profesorado del Cuerpo de Catedráticos de Enseñanza Secundaria, Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria y del Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación Profesional, según proceda, de las especialidades establecidas en el Anexo V A).

2. Las titulaciones requeridas al profesorado de los cuerpos docentes, con carácter general, son las establecidas en el artículo 13 del Reglamento de Ingreso, Accesos y Adquisición de Nuevas Especialidades en los Cuerpos de Funcionarios Docentes a los que se refiere la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, aprobado por el Real Decreto 276/2007, de 23 de febrero. Las titulaciones equivalentes, a efectos de docencia, a las anteriores para las distintas especialidades del profesorado son las recogidas en el Anexo V B).

3. Las titulaciones requeridas y cualesquiera otros requisitos necesarios para la impartición de los módulos profesionales que formen el título para el profesorado de los centros de titularidad privada o de titularidad pública de otras administraciones distintas de la educativa, se concretan en el Anexo V C). En todo caso, se exigirá que las enseñanzas conducentes a las titulaciones citadas engloben los resultados de aprendizaje de los módulos profesionales o se acredite, mediante «certificación», una experiencia laboral de, al menos tres años, en el sector vinculado a la familia profesional, realizando actividades productivas en empresas relacionadas implícitamente con los resultados de aprendizaje.

Con objeto de garantizar el cumplimiento de lo referido en el párrafo anterior, se deberá acreditar que se cumple con todos los requisitos, aportando la siguiente documentación:

a) Fotocopia compulsada del título académico oficial exigido, de conformidad a las titulaciones incluidas en el Anexo V C) de la presente Orden. Cuando la titulación presentada esté vinculada con el módulo profesional que se desea impartir se considerará que engloba en sí misma los resultados de aprendizaje de dicho módulo profesional. En caso contrario, además de la titulación se aportarán los documentos indicados en el apartado b) o c).

b) En el caso de que se desee justificar que las enseñanzas conducentes a la titulación aportada engloban los objetivos de los módulos profesionales que se pretende impartir:

1.º Certificación académica personal de los estudios realizados, original o fotocopia compulsada, expedida por un centro oficial, en la que consten las enseñanzas cursadas detallando las asignaturas.

2.º Programas de los estudios aportados y cursados por la persona interesada, original o fotocopia compulsada de los mismos, sellados por la propia Universidad o Centro docente oficial o autorizado correspondiente.

c) En el caso de que se desee justificar mediante la experiencia laboral que, al menos tres años, ha desarrollado su actividad en el sector vinculado a la familia profesional, su duración se acreditará mediante el documento oficial justificativo correspondiente al que se le añadirá:

1.º Certificación de la empresa u organismo empleador en la que conste específicamente la actividad desarrollada por la persona interesada. Esta actividad ha de estar relacionada implícitamente con los resultados de aprendizaje del módulo profesional que se pretende impartir.

2.º En el caso de trabajadores por cuenta propia, declaración de la persona interesada de las actividades más representativas relacionadas con los resultados de aprendizaje.

4. Las Administraciones competentes velarán para que el profesorado que imparta los módulos profesionales cumpla con los requisitos especificados y garantizar así la calidad de estas enseñanzas.

#### Artículo 13. Oferta de estas enseñanzas a distancia.

1. De conformidad con lo establecido en la disposición adicional segunda del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, los módulos profesionales susceptibles de ser ofertados en la modalidad a distancia son los señalados en el Anexo VI.

2. Los módulos profesionales ofertados a distancia, que por sus características requieran que se establezcan actividades de enseñanza y aprendizaje presenciales que faciliten al alumnado la consecución de todos los objetivos expresados como resultados de aprendizaje, son los señalados en el Anexo VI.

3. Los centros autorizados para impartir estas enseñanzas de formación profesional a distancia contarán con materiales curriculares y medios técnicos adecuados que se adaptarán a lo dispuesto en la disposición adicional cuarta de la Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo.

Disposición adicional única. Implantación de estas enseñanzas.

De conformidad con lo establecido en la disposición final segunda del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional reguladas en la presente Orden se implantarán en el curso académico 2013/14. Asimismo, de conformidad con el párrafo segundo del artículo 5 del Real Decreto-Ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo, los ciclos formativos de grado medio y superior cuya implantación estuviera prevista para el curso escolar 2012/2013 se implantarán en el curso escolar 2014/2015. No obstante, esta Administración educativa, en atención a lo dispuesto en el párrafo tercero del precitado artículo 5 del Real Decreto-Ley 14/2012, de 20 de abril, anticipa la implantación de las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional. A tales efectos se tendrá en cuenta lo siguiente:

1. En el curso académico 2013/14 se implantará con carácter general el primer curso de las enseñanzas conducentes al título de Técnico Superior en Comercio Internacional reguladas en la presente Orden y dejarán de impartirse las enseñanzas correspondientes a dicho curso del título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado por el Decreto 126/1995, de 9 de mayo, modificado por el Decreto 174/1998, de 8 de septiembre, por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al título de formación profesional de Técnico Superior en Comercio Internacional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

2. En el curso académico 2014/15 se implantará con carácter general el segundo curso de las enseñanzas conducentes al título Técnico Superior en Comercio Internacional reguladas en la presente Orden y dejarán de impartirse las enseñanzas correspondientes a dicho curso del título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado por el Decreto 126/1995, de 9 de mayo, modificado por el Decreto 174/1998, de 8 de septiembre, por el que se establecen las enseñanzas correspondientes al título de formación profesional de Técnico Superior en Comercio Internacional en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Disposición transitoria única. Matriculación del alumnado en oferta completa durante el periodo de transición de las enseñanzas.

1. El alumnado matriculado en oferta completa en el primer curso del título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado por el Decreto 126/1995, de 9 de mayo, modificado por el Decreto 174/1998, de 8 de septiembre, que deja de impartirse como consecuencia de la entrada en vigor del título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado en la presente Orden, que no pueda promocionar a segundo, quedará matriculado en primer curso del título de Técnico Superior en Comercio Internacional. A estos efectos, serán de aplicación las convalidaciones recogidas en el anexo IV del Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre.

2. El alumnado matriculado en oferta completa en el primer curso del título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado por el Decreto 126/1995, de 9 de mayo, modificado por el Decreto 174/1998, de 8 de septiembre, que deja de impartirse como consecuencia de la entrada en vigor del título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado en la presente Orden, que promociona a segundo curso, continuará en el curso académico 2013/14 cursando el título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado por el Decreto 126/1995, de 9 de mayo, modificado por el Decreto 174/1998, de 8 de septiembre. Los módulos profesionales que pudieran quedar pendientes al dejar de impartirse el título de Técnico Superior en Comercio Internacional regulado por el Decreto 126/1995, de 9 de mayo, modificado por el Decreto 174/1998, de 8 de septiembre, podrán ser superados mediante pruebas, que a tales efectos organicen los Departamentos de Familia Profesional durante los dos cursos académicos siguientes al de desaparición del currículo, disponiéndose para ello del número de convocatorias que por normativa vigente corresponda.

Disposición final única. Entrada en vigor.

La presente Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 11 de marzo de 2013

MARÍA DEL MAR MORENO RUIZ  
Consejera de Educación

## ANEXO I

## MÓDULOS PROFESIONALES

Módulo Profesional: Transporte internacional de mercancías.

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Código: 0622.

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:

- a) Se han descrito los distintos modos de transporte.
  - b) Se han interpretado las normas básicas que regulan las modalidades de transporte y clasificado sus variables analizando ventajas e inconvenientes.
  - c) Se han determinado las distintas alternativas según la mercancía y los puntos de origen y destino.
  - d) Se han reconocido las infraestructuras logísticas disponibles.
  - e) Se han valorado los requerimientos y 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, destinación y condiciones de contrato para seleccionar la ruta adecuada.
- e) Se han analizado todos los componentes de costes, plazos de recogida y 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 riesgos que se pueden originar en función de mercancía, medio de transporte y 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, los embalajes y/o coberturas exteriores adecuadas a la mercancía, medio de transporte y 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 delimitado las competencias de los distintos agentes externos que intervendrán 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 y 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.

Duración: 168 horas.

Contenidos básicos:

Modos y medios de transporte:

- Transporte por carretera, ferroviario, marítimo, fluvial y aéreo. Conceptos, características y medios. Marco normativo vigente.
- Redes de infraestructura. Infraestructuras logísticas disponibles a nivel nacional, europeo y mundial en el transporte por carretera, ferroviario, marítimo, fluvial y aéreo.
- Variables del transporte. Ventajas e inconvenientes de los distintos modos y medios de transporte. Diferentes alternativas de transporte según mercancía y puntos de origen y destino.
- Mercancías específicas. Mercancías perecederas. Animales vivos. Transporte especiales. Mercancías peligrosas. Marco normativo vigente.
- Normas UNE de la calidad de la gestión del transporte público. Las normas de calidad y la política europea de transporte.
- Organismos públicos y empresas públicas del transporte. Organismos autonómicos, nacionales e internacionales.
- Organismos no gubernamentales relacionados con el transporte internacional de mercancías.
- Funciones de los profesionales que intervienen en el transporte internacional según medio de transporte.

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

- Combinación de diferentes modos de transporte.
  - Transporte multimodal. Concepto y características. Modalidades de contratación. Marco Normativo vigente. Operador de transporte multimodal.
  - Tipología de empresas y servicios. Obtención de información sobre posibles proveedores y sus servicios en función de la operación y de los medios de transporte. Plataformas logísticas. Puertos secos. Gálibo ferroviario de carga. Terminal multimodal. Centros de carga aérea. Nodo central/estación central. Zona de actividades logísticas. Centros integrales de mercancías. Almacenes de mercancías y depósitos de contenedores. Otras empresas y servicios.

- Puntos físicos de origen y destino. Elementos básicos de la geografía viaria, ferroviaria, marítima y aérea de los estados miembros de la Unión Europea.
  - Terminales de carga y puntos de frontera. Áreas de cobertura de la ruta y puntos operativos estratégicos.
  - Características de carga. Posibilidad de consolidación y/o transbordo. Fragilidad y/o peligrosidad de la mercancía. Carga útil, densidad, riesgo, tiempo, exigencias del medio de transporte y del contrato de venta.
  - Operativa de carga. Transbordo, tránsito y consolidación. Proveedores y servicios disponibles.
  - Planificación y distribución de cargas.
  - Selección de rutas.
    - Rutas disponibles. Variables implicadas. Indicadores de calidad. Contratación con empresas respetuosas con el medio ambiente. Aplicaciones informáticas de elaboración de rutas.
    - Optimización. Costes, plazo de recogida y entrega. Riesgos.
  - Ventajas e inconvenientes de la externalización del transporte.
- Elaboración y cumplimentación de contratos de transporte:
- Contrato de transporte internacional. Aspectos generales. Elementos, objeto y naturaleza del contrato de transporte.
  - Clases de contrato según el medio de transporte utilizado. Conocimiento de embarque marítimo (B/L), aéreo (AWB) y multimodal (FIATA). Carta de porte ferroviario (CIM) y por carretera (CMR). Cumplimentación y clausulado. Modalidades de contratación según medio utilizado.
  - Los sujetos del contrato de transporte. Cargador, porteador, destinatario e intermediarios. Funciones.
  - Agentes en el transporte internacional. Agentes transitarios, de aduanas y marítimos, corredores marítimos («Shipbroker»), corresponsales y delegados.
  - Técnicas y tarifas de transporte. Componentes. Cálculo y tipos de tarifa según medio de transporte. Normativa.
  - Costes. Cálculo y control. Cláusulas habituales y componentes. Costes adicionales y riesgos en función de la mercancía, medio de transporte y ruta. Valor de la mercancía en un punto determinado. Aplicaciones informáticas de cálculo de operaciones de transporte.
  - Sistemas de responsabilidad. Transferencia de riesgos. Convenios Internacionales y Cámara de Comercio Internacional (ICC). Derechos y obligaciones del porteador, cargador y destinatario. La responsabilidad del porteador y la transferencia de riesgos.
  - Términos internacionales de comercio. Importancia del Incoterm en el contrato de transporte internacional.
  - Daños resarcibles. Clases, evaluación y extensión de los daños. Seguros vinculados. Indemnizaciones. Responsabilidad. Incidencias y subsanación de errores.
- Elementos que garantizan la integridad y el tránsito de las mercancías:
- Integridad física de mercancías. Unidades de transporte y embalajes. Preparación de la mercancía para el transporte según medio de transporte, naturaleza de la mercancía y su manipulación. Aplicación de la legislación específica según tipo de mercancía.
  - Riesgos de la fase del transporte. Tipos de riesgos durante el transporte y en las operaciones de carga, descarga y manipulación según medio de transporte. Instrucciones y delimitación de competencias de los agentes externos que intervienen en las operaciones de transporte.

- Protección física de mercancías y tipos de embalaje. Funciones del envase y embalaje. Materiales utilizados y homologación. Adecuación de los embalajes y/o coberturas exteriores a la mercancía, medio de transporte y posibles manipulaciones.
- Contenedores. Tipos de contenedores y tamaño según medio de transporte utilizado. Contenedores aéreos, marítimos, terrestres y multimodales.
- Palés aéreos y marítimos. Tipos ISO y CEN.
- Normativa sobre la consolidación y la compatibilidad de productos.
- Manipulación y estiba de mercancías. Normas de estiba y manipulación de las mercancías.
- Marcas. Códigos de barras. Rotulado y etiquetado de los embalajes para su manipulación. Símbolos ISO de marcación del embalaje.

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

- Documentación de operaciones de transporte según el modo elegido.
  - Documentación de tránsito de las mercancías. Cuaderno TIR. Cuaderno ATA. Documentación específica según tipo de mercancía.
  - Documentos de protección jurídica y seguro de la mercancía y de transporte.
  - Tipos de permisos requeridos, autorizaciones previas, trámites para expedición y renovación en las distintas modalidades de transporte. Verificación de importes, fechas y plazos.
- Documentación de operaciones de transporte de mercancías especiales. Documentación de mercancías perecederas, peligrosas, animales vivos y transportes especiales.
- Organismos de inspección. Procedimientos.
- Condiciones de seguimiento y trazabilidad de la mercancía de acuerdo a la normativa vigente. Gestión y uso de la información.
- Aplicación de las técnicas 3R (reducir, reutilizar y reciclar) en la formalización y archivo de la documentación.

Secuenciación de las fases del transporte:

- Sistemas de información y comunicación. Sistemas de intercambio de información. Fax, correo postal, correo electrónico, comunicación móvil, PDA, GPS, Galileo, identificación por radiofrecuencia, intercambio electrónico de datos (EDI).
- Puntos de verificación de la mercancía y trazabilidad. Gestión del seguimiento y comprobación de la llegada de la mercancía.
- Variaciones producidas en la ruta. Análisis de las causas y posibles alternativas.
- Indicadores de calidad y medidas correctoras. Seguimiento y actualización de la información. Análisis y gestión de reclamaciones de corresponsales, filiales, clientes y demandantes del servicio de transporte. Control de errores y fallos repetitivos. Procedimiento a seguir en caso de siniestro o incidencia.

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. Sujetos que intervienen. Clasificación de los seguros de transporte en función del objeto asegurado y de la duración del seguro.

- Tipos de pólizas de seguro.
  - Según la modalidad de transporte. Seguros ICC (Institute Cargo Clauses) y seguros a Condiciones Generales.
  - Según el objeto asegurado. Seguros de mercancías, de vehículos, de daños a terceros, entre otros.
  - Según la duración del seguro. Por viaje o temporal.
- Identificación de los riesgos asegurables y necesidades de cobertura. Valor asegurable de la mercancía.
- Selección de la póliza más adecuada en función de las condiciones del contrato de compraventa y los Incoterms. Relación de los Incoterms y el seguro de las mercancías.
- Procedimiento de gestión y contratación de la póliza. Documentación.
- Actuación en caso de incidencia o siniestro. Procedimiento de reclamación y tramitación de la indemnización.
- Utilización de las herramientas informáticas para la gestión de seguros.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para situar al alumno en el contexto del subsector del transporte internacional de mercancías, desempeñando las siguientes funciones:

- Planificación de rutas de larga distancia y rutas de reparto.
- Minimización de tiempos y recorridos de transporte internacional de mercancías.
- Contratación del transporte internacional de mercancías.
- Protección física y jurídica de mercancías.
- Gestión administrativa que garantice el tránsito nacional e internacional de mercancías.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican en:

- La organización y el control de la actividad del transporte internacional de mercancías.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- i) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.

s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Utilización de aplicaciones informáticas de carácter general y específico del sector.
- Utilización de nuevas tecnologías de información, comunicación, localización y seguimiento de flotas y mercancías.
- Herramientas de gestión de incidencias y reclamaciones.
- Optimización de recursos humanos y materiales.
- Mejora de las actitudes profesionales y personales de los futuros profesionales del sector.

Módulo Profesional: Gestión económica y financiera de la empresa.

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Código: 0623

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 reconocido el fenómeno de la responsabilidad social de la empresa y su importancia como elemento de estrategia empresarial.
- b) Se han descrito individualmente las funciones básicas de la empresa y se han analizado todas en conjunto como un sistema integral.
- c) Se han evaluado los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa, y su relación con los objetivos empresariales fijados en el plan de empresa.
- d) Se han identificado los principales componentes del entorno general que rodea a la empresa, económico, social, demográfico y cultural.
- e) Se han identificado prácticas que incorporan valores éticos y sociales.
- f) Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad económica y financiera de una pyme.
- g) Se ha evaluado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.
- h) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración, para tener éxito en la actividad emprendedora.

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 ha seleccionado, a partir de un estudio comparativo, la forma jurídica más adecuada, valorando los costes, la responsabilidad y las obligaciones jurídicas.
  - c) Se han determinado los trámites administrativos, autorizaciones, licencias y capacitación profesional, en su caso, que se requieren para la puesta en marcha de una empresa.
  - d) Se han calculado los gastos de constitución y puesta en marcha de la empresa derivados de las distintas formas jurídicas, consultando la legislación vigente.
  - e) Se han determinado los trámites jurídicos y administrativos que se deben realizar para la constitución de la empresa, a partir de la información obtenida en las administraciones y organismos competentes.
  - f) Se ha obtenido información sobre las posibles ayudas y subvenciones oficiales para la creación 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 y 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 ha obtenido información sobre los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y demás operaciones de la empresa.
- b) Se ha analizado información sobre el procedimiento, los requisitos, garantías y documentación que se exigen para obtener un crédito o un préstamo en una entidad financiera.
- c) Se ha seleccionado la alternativa financiera más ventajosa para la adquisición de vehículos, maquinaria y otros activos en función de costes, riesgos y garantías.
- 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 analizado el procedimiento y las condiciones para solicitar los avales, fianzas y garantías bancarias que se requieren para realizar determinadas operaciones de transporte especial.
- h) Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.

- 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 evaluado diferentes planes de inversión a partir de los costes y la previsión de ingresos.
  - 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 analizado las diferencias fundamentales entre la compraventa o el alquiler de vehículos, maquinaria e inmovilizados necesarios para el ejercicio de la actividad.
  - e) 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.
  - f) Se han analizado las ventajas y los inconvenientes de los mercados de primera y segunda mano y de alquiler de vehículos y otros activos.
  - g) 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.
  - h) 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.
  - i) Se ha utilizado alguna aplicación informática que nos permita llevar la gestión de compras y el registro de terceros implicados, así como el registro de los bienes adquiridos o alquilados.
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 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 han analizado las características, costes de gestión de cobro y negociación y los riesgos de los diferentes medios de pago o cobro y la normativa que los regula.
- e) Se han supervisado las condiciones de pago y cobro de las operaciones en divisas.

- f) Se han gestionado los impagados de clientes, cumpliendo los requisitos y plazos contemplados en la normativa vigente.
  - g) Se ha realizado la facturación de la venta de productos y/o la prestación de servicios, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.
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 (no corriente y corriente), pasivo (no corriente y corriente) y patrimonio neto.
  - b) Se han diferenciado los conceptos de inversión, gasto y 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 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.
  - g) Se han identificado las obligaciones fiscales derivadas de la aplicación y gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).
  - h) 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.
  - i) Se han identificado los impuestos sobre determinados vehículos, así como las tasas, cánones y derechos de uso que se han de pagar por la utilización de determinadas infraestructuras.
  - 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 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.
- b) 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.
- c) Se ha calculado el valor de adquisición, vida útil, valor actual, valor de reposición y valor residual de los elementos del inmovilizado.
- d) Se ha calculado el punto muerto o umbral de rentabilidad.
- e) Se han calculado los flujos de tesorería o cash-flow y el período medio de maduración.

f) Se han calculado los principales ratios y los indicadores financieros, para analizar los estados financieros a través del balance y la cuenta de resultados.

g) Se han empleado las aplicaciones y utilidades de la información contable y los estados financieros, para una gestión eficaz de la empresa.

h) Se han utilizado hojas de cálculo para la determinación de los diferentes ratios financieros y el cálculo de la rentabilidad de la empresa.

Duración: 192 horas.

Contenidos básicos:

Recopilación de la información sobre iniciativa emprendedora y oportunidades de creación de empresas:

- La empresa como sistema.
- Funciones básicas de la empresa. Aprovisionamiento, producción, comercialización, financiera y directiva.
- Plan de empresa. La idea de negocio.
- 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.
- Factores claves de los emprendedores, iniciativa, creatividad y formación.

Establecimiento de la forma jurídica de la empresa:

- Las distintas formas jurídicas de 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.
  - Comunidad Autónoma de Andalucía.
  - Gobierno Central.
  - Consejo de la Unión Europea.
- 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.
- La responsabilidad del empresario.
  - Obligaciones fiscales y laborales de la empresa.
  - La suspensión de pagos y efectos jurídicos.
  - La situación de quiebra y consecuencias jurídicas.

- El concurso de acreedores en situaciones de insolvencia. Presupuesto y requisitos para su solicitud. Fases del proceso.

Organización de los trámites para la obtención de recursos financieros:

- Inversión y financiación. Estructura económica y financiera de la empresa. Necesidades.
- Tipos de financiación.
  - Fuentes de financiación propia y ajena.
  - Financiación interna y externa.
  - Financiación a corto plazo. Créditos comerciales y aplazamientos de pago, créditos bancarios, negociación de efectos comerciales y factoring.
  - Orientación de la actividad comercial de la empresa. Hacia el producto, hacia la producción, hacia las ventas, hacia el consumidor, hacia la competencia y hacia el mercado.
  - Subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de la empresa.
- 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.

Determinación de las formalidades para la compra o alquiler de vehículos y otros activos:

- Determinación de las necesidades de equipamiento e inversión.
- Análisis y selección de inversiones.
- Gestión de compras y alquiler de vehículos y suministros.
  - 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.
- Elaboración de documentos relativos a las compras 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 cobros y pagos:

- Elaboración de presupuestos.
- Facturación de servicios y devengo de facturas.
  - Características y requisitos legales.
  - Modelos y tipos de facturas, cumplimentación y expedición de facturas.
  - La factura electrónica. Normativa reguladora.
  - 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.
- Fiscalidad de las operaciones extracomunitarias.

- Operaciones intracomunitaria y operaciones extracomunitarias. 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. Cobros y pagos en divisas. El crédito documentario. Legislación y normativas que los regulan.
  - 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 Plan General Contable para las pymes.
  - El patrimonio de la empresa. Activo, pasivo y patrimonio neto.
  - Las cuentas. Terminología, estructura y tipos.
  - El ciclo contable. Anotaciones contables, amortizaciones y ajustes, cálculo del resultado y cierre del ejercicio.
  - El resultado del ejercicio.
  - Los libros contables y de registro.
  - Las cuentas anuales.
  - El Impuesto de Sociedades.
  - El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
  - 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.
  - Equilibrios Patrimoniales.
  - Análisis de estados financieros de la empresa.
  - Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad. Cálculo de la TIR. Cálculo del VAN. Estudio inmovilizado.
  - Análisis económico.
    - Ratios de rentabilidad y eficiencia.
    - El punto muerto o umbral de rentabilidad.
    - Análisis e interpretación de los resultados.

— Análisis financiero.

- Período medio de maduración. El estudio del Cash-Flow.
- Principales ratios financieros.

— Utilización de la hoja de cálculo y otras aplicaciones informáticas para el cálculo de ratios y el análisis económico-financiero de la empresa.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la gestión económica y financiera de una empresa, tales como:

- Constitución y puesta en marcha de la empresa.
- Obtención y gestión de los recursos financieros necesarios.
- Cálculo de costes financieros.
- Evaluación y selección de inversiones.
- Gestión de la compra y/o alquiler de vehículos, equipos y demás activos necesarios.
- Elaboración de presupuestos.
- Gestión del proceso de facturación.
- Gestión de cobros y pagos, de acuerdo con las normas y protocolos establecidos.
- Registro y archivo de documentación.
- Cálculo del resultado de la empresa.
- Elaboración y gestión de los documentos derivados de las obligaciones fiscales de la empresa.
- Cálculo de la rentabilidad, eficiencia, solvencia y liquidez de la empresa.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La gestión económica y financiera de la empresa y optimización de los recursos.
- Gestión de cobros y pagos.
- Tramitación y gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal de la empresa.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- a) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Cumplimentación y tramitación de los documentos necesarios para la constitución y puesta en marcha de una empresa.
- Análisis de los productos financieros y de crédito existentes en el mercado y evaluación de alternativas.



- Análisis de las necesidades de inversión y evaluación de alternativas.
- Gestión de la compra o alquiler de elementos del inmovilizado.
- Elaboración y gestión de facturas, recibos y documentos de cobro y pago.
- Obligaciones fiscales y gestión de impuestos y otros tributos derivados de la actividad de la empresa.
- Análisis de los estados contables de la empresa y cálculo de los principales ratios financieros.

Módulo Profesional: Logística de almacenamiento.

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 0625.

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Gestiona los stocks del almacén asegurando su aprovisionamiento y expedición.

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, zona y depósito franco y local autorizado, entre otros.
  - e) Se han definido las formalidades y trámites que deben realizarse en un almacén.
  - f) Se han planificado sistemas de calidad en el almacén 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 se han de realizar, administración, recepción, expedición, almacenaje, preparación, «picking», pasillos y «cross-docking», entre otros.
- 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 a 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 al 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 que se ha de 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 deben ser realizadas 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.

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

Aplicación de la normativa sobre almacenaje:

- La actividad de almacenaje-distribución. Análisis de la normativa nacional y europea.
- El contrato de depósito. Marco legal. Elementos, partes y cumplimentación.
- Almacenaje de mercancías peligrosas y perecederas. Normativa vigente. Precauciones y documentación.
- Regímenes de almacenamiento en comercio internacional. Depósitos aduaneros, zonas y depósitos francos y locales autorizados. Características y contratación.
- Implantación de sistemas de calidad en el almacén a nivel internacional, europeo y nacional.
- Procedimientos y trámites en los procesos de almacenaje.

Organización del proceso de almacén:

- Organización de los almacenes en empresas de fabricación, distribución y servicios.
  - Relaciones con otros departamentos de la empresa.
  - Necesidades de almacenaje y necesidades de capacidad.
  - Flujos de información. Documentación.
- Tipos de almacenes. Análisis de los tipos de sistemas de almacenaje. Ventajas y desventajas.
- Los subprocesos del proceso logístico del almacenaje. Organización de actividades y flujos de mercancías en el almacén. Administración, recepción, expedición, almacenaje, movimientos y preparación de pedidos, picking y distribución de pasillos. «Cross docking».
- El diseño en planta del almacén. Optimización del espacio.
- Métodos de reducción en los tiempos de localización y manipulación de las mercancías.
- Sistemas modulares. Unidades de carga. Palé y contenedores.
- 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.
- Gestión del embalaje.
- Normativa de seguridad e higiene en almacenes. Instalaciones generales y específicas. Medidas de prevención de riesgos en el almacén

Confección y control del presupuesto del almacén:

- Costes de almacenamiento. Variables que intervienen en su cálculo.
- Tipos de costes de almacenamiento.
  - Coste financiero de adquisición del activo. La amortización.
  - Coste del espacio.
  - Coste de las instalaciones.
  - Coste de manipulación.
  - Coste por unidad almacenada.
  - Coste de administración.
  - Costes ocultos.
- Indicadores económicos óptimos. Coste por hora y coste por servicio.
- La imputación de costes. Reglas de reparto.

- Confección de presupuestos.
  - Identificación y corrección de desviaciones presupuestarias.
  - 
  - La hoja de cálculo como herramienta de procesamiento de los datos.
- Gestión de stocks:
- Inventarios. Tipos. Finalidad.
  - La gestión de stocks.
    - Tipos. Clasificación según su importancia. El criterio ABC.
    - El comportamiento del stock. El stock medio, máximo, mínimo y óptimo.
    - Variables que afectan a la gestión de stocks.
    - El ciclo del pedido de cliente. El punto de pedido óptimo. La rotura de stocks.
    - Los costes de la gestión de stocks. Control económico. Control de incidencias.
  - Criterios de valoración de las existencias en almacén.
    - Normas contables sobre la valoración de las existencias.
    - Métodos de valoración de las salidas.
    - El período medio de maduración.
  - Software general que integre todos los aspectos del almacén. Procesador de texto, hoja de cálculo, base de datos y cronogramas, entre otros.
  - Programas informáticos 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. Sistemas de codificación en el almacén.
  - Programas informáticos de gestión de compras, de almacén y 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:
- Gestión de devoluciones de mercancías. Sistemas de información en la logística inversa. Evaluación de las causas de las devoluciones. Medidas de actuación.
  - Costes afectos a las devoluciones.
  - Reutilización de unidades y equipos de carga. Pools de paletas.
  - Contenedores, envases y embalajes reutilizables. Tipos. Recomendaciones. Normativas sanitaria y medioambiental vigentes.
- Supervisión de los procesos realizados en el almacén:
- Sistemas de calidad en el almacén. Dimensiones. Indicadores. Herramientas de análisis y mejora. Costes. El Sistema de Gestión de la Calidad en las Normas ISO 9.000.
  - Aplicación de sistemas de seguridad para personas y mercancías.
    - Análisis y gestión de riesgos.
    - Medidas de prevención.
  - Los sistemas integrados de gestión. Calidad total, medio ambiente y seguridad.

- Aplicación y gestión de un sistema de trazabilidad.
  - Normativa reguladora.
  - Fases de la implantación.
  - Herramientas para la trazabilidad.
- 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. Sistemas de radiofrecuencia.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la organización y la gestión de la logística de almacenamiento.

Las funciones de almacenamiento incluyen aspectos como:

- Aplicación de la normativa existente sobre la actividad de almacenaje-distribución tanto en el ámbito nacional como en el internacional.
- Organización de los almacenes por tipo de empresa, productos, clientes y producción, entre otros.
- Distribución y manipulación de las mercancías dentro del almacén.
- Cálculo de los costes de funcionamiento del almacén.
- Gestión de los stocks.
- Tratamiento de las mercancías retornadas.
- Implantación de sistemas de calidad en el almacén.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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 y 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.
- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- h) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Tramitación y cumplimentación de la documentación generada en las actividades de almacenaje y distribución.
- Análisis de los diferentes sistemas de organización del almacén, optimizando espacios y tiempos de manipulación.
- Organización y control de las actividades y flujos de mercancías en el almacén.
- Valoración de los costes generados por la actividad del almacén.
- Gestión y control del stock.
- Análisis y valoración de los procedimientos y sistemas de calidad establecidos en almacenes.
- Gestión, control y valoración de las existencias.
- Gestión, control y valoración de las devoluciones.

Módulo Profesional: Gestión administrativa del comercio internacional.

Equivalencia en créditos ECTS: 12

Código: 0627.

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

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.
  - g) Se han determinado las distintas medidas de apoyo y fomento a las exportaciones.
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 ha analizado el sistema de declaración estadística de las operaciones intracomunitarias (INTRASTAT).
- c) Se han reconocido los procesos administrativos de gestión aduanera.
- d) Se han identificado los procedimientos de gestión aduanera de operaciones relativas a los distintos regímenes aduaneros.
- e) Se ha determinado el origen de las mercancías y la documentación que se requiere para su acreditación.
- f) Se ha determinado el valor en aduana de diferentes mercancías.
- g) Se ha efectuado la clasificación arancelaria de las mercancías.

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

Duración: 189 horas.

Contenidos básicos:

Organismos e instituciones relacionados con el comercio internacional:

- La Organización Mundial de Comercio (OMC). Origen, estructura y funciones.
- La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Estructura y funciones.
- Conferencia de las Naciones Unidas para el comercio y el desarrollo (UNCTAD). Estructura y funciones.
- La Organización Mundial de Aduanas. Estructura y funciones.
- El Fondo Monetario Internacional. Estructura, funciones y acciones.
- El Grupo Banco Mundial. Composición. Estructura, funciones y acciones.
- Otros organismos internacionales que afectan al comercio.
- El proceso de integración económica. Niveles y fases de integración. Integraciones económicas internacionales. Integración europea.
- La Unión Europea. Políticas y actividades. Instituciones y organismos. Funciones y funcionamiento. Marco jurídico comunitario en materia de comercio internacional. Código aduanero vigente.
- Análisis macroeconómico básico. Indicadores macroeconómicos. PIB, PNB, Renta Nacional, entre otros.

—La balanza de pagos. Concepto y significado. Composición y estructura.

Organización de sistemas de información aplicados al comercio internacional:

—Fuentes de información sobre comercio internacional. Identificación de la información legal, fiscal y comercial necesaria en función del país y de la mercancía. Identificación de organismos e instituciones que facilitan información.

—El Instituto de Comercio Exterior. Estructura. Servicios que ofrece. Registro y acceso a la información. Oficinas económicas y comerciales de España en el exterior.

—Entidad de promoción exterior de Andalucía. Funciones, presencia exterior y acceso a la información.

—La Cámara de Comercio Internacional. Cámaras de Comercio en España. Servicios y funciones. Bases de datos.

—Obtención de información a través de Internet.

—Sistemas de comunicación con clientes y proveedores en entornos internacionales.

—Sistemas de archivo de documentación física y digital generada en las operaciones de comercio internacional.

—Diseño, utilización y actualización de bases de datos de clientes, proveedores y transacciones comerciales con información de las operaciones de comercio internacional.

—Aplicaciones informáticas de gestión de bases de datos.

Reconocimiento de las distintas barreras al comercio internacional:

—Barreras arancelarias a la importación de mercancías. El arancel de aduanas. Derechos arancelarios. Tipos de derechos según ámbito de aplicación y composición. Medidas de efecto equivalente.

—Barreras no arancelarias. Restricciones cuantitativas a la importación. Cupos o contingentes, licencias de importación y autolimitación de las exportaciones entre otras.

—Medidas de defensa de la competencia. Medidas antidumping y antisubvenciones. Acuerdos internacionales aplicables. Reglamento de obstáculos al comercio.

—Medidas de salvaguardia. Cláusulas más habituales.

—Barreras técnicas y administrativas. Certificados de normalización, homologación y control de calidad, certificados sanitarios, fitosanitarios y veterinarios, certificados SOIVRE y certificados CITES, certificados AGREX y AGRIM, entre otros. Solicitud, tramitación y cumplimiento de los certificados.

—Barreras fiscales.

—Instrumentos de protección de las exportaciones. Instrumentos jurídicos y comerciales. Iniciativas públicas y privadas.

—La política comercial común. Política comercial autónoma, convencional y SPG, entre otras. Régimen de comercio de las importaciones y exportaciones.

—Política arancelaria comunitaria. Modificaciones permanentes, suspensiones, contingentes y plafonds, entre otros.

—La política agrícola común (PAC) y la organización común de mercados (OCM).

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

- Diferencias entre operaciones intracomunitarias y con terceros países.
  - Operaciones intracomunitarias. Sistema INTRASTAT. Declaración estadística. Obligación de la declaración. Delegación del obligado. Umbrales estadísticos. Tipos de declaraciones.
  - Regímenes Aduaneros. Conceptos básicos. Normativa. Inclusión en régimen aduanero. Régimen de despacho a libre práctica. Cesión de las mercancías. Régimen de exportación y reexportación. Regímenes especiales. Las mercancías equivalentes.
    - Tránsito. Interno y externo. Cuaderno TIR.
    - Destino especial. Importación temporal. Permanencia. Exenciones. Cuaderno ATA. Régimen de destino final.
    - Depósito. Características generales. Depósito temporal. Depósito aduanero. Zona franca.
    - Perfeccionamiento. Aspectos generales. Operaciones de perfeccionamiento. Los productos compensadores. Perfeccionamiento activo y pasivo. Sistema de intercambio estándar.
  - El origen de las mercancías. Concepto. Normativa europea aplicable. Normas de origen. Atribución de origen.
  - Origen preferencial y no preferencial. Acumulación de origen. Acuerdos de la Unión Europea con terceros países.
  - Criterios para la atribución del origen. Mercancías enteramente obtenidas. Transformación sustancial. Transformación insuficiente. Otros criterios en el origen preferencial.
  - Justificación o acreditación del origen. Certificados de origen para la exportación y para la importación. Solicitud, tramitación y cumplimentación. Declaración en factura.
  - El arancel de aduanas. Tipos de nomenclaturas. El sistema armonizado. Nomenclatura combinada comunitaria. Estructura y tarifas. El arancel integrado comunitario. Estructura del TARIC. Medidas de política arancelaria. Realización de búsquedas en el TARIC.
  - Valoración en Aduana de las mercancías. Método principal de determinación. Cálculo y ajustes al valor de transacción. Métodos secundarios. La declaración de valor en aduana (documento DV1). Cumplimentación. Tramitación telemática.
  - Fiscalidad del comercio exterior en las aduanas. Impuestos en función del tipo de operación, de mercancía y de origen/destino. Derechos aduaneros, exacciones agrícolas e impuestos especiales entre otros. Cálculo de la deuda aduanera. Despacho a libre práctica y despacho a consumo.
  - El IVA en las operaciones intracomunitarias. Operaciones sujetas. Exenciones. Cálculo de la base imponible. Prestación de Servicios. Operaciones triangulares. El IVA en operaciones con terceros países. Cálculo de la base imponible. Operaciones asimiladas a importación. Exenciones. Gestión, tramitación y liquidación. Presentación de declaraciones.
- Caracterización de los procedimientos administrativos de las operaciones de importación/exportación y de introducción/expedición:
- Diferencias entre operaciones intracomunitarias y con terceros países.
  - Operaciones intracomunitarias. Sistema INTRASTAT. Declaración estadística. Obligación de la declaración. Delegación del obligado. Umbrales estadísticos. Tipos de declaraciones.

—Regímenes Aduaneros. Conceptos básicos. Normativa. Inclusión en régimen aduanero. Régimen de despacho a libre práctica. Cesión de las mercancías. Régimen de exportación y reexportación. Regímenes especiales. Las mercancías equivalentes.

– Tránsito. Interno y externo. Cuaderno TIR.

– Destino especial. Importación temporal. Permanencia. Exenciones. Cuaderno ATA. Régimen de destino final.

– Depósito. Características generales. Depósito temporal. Depósito aduanero. Zona franca.

– Perfeccionamiento. Aspectos generales. Operaciones de perfeccionamiento. Los productos compensadores. Perfeccionamiento activo y pasivo. Sistema de intercambio estándar.

—El origen de las mercancías. Concepto. Normativa europea aplicable. Normas de origen. Atribución de origen.

—Origen preferencial y no preferencial. Acumulación de origen. Acuerdos de la Unión Europea con terceros países.

—Criterios para la atribución del origen. Mercancías enteramente obtenidas. Transformación sustancial. Transformación insuficiente. Otros criterios en el origen preferencial.

—Justificación o acreditación del origen. Certificados de origen para la exportación y para la importación. Solicitud, tramitación y cumplimentación. Declaración en factura.

—El arancel de aduanas. Tipos de nomenclaturas. El sistema armonizado. Nomenclatura combinada comunitaria. Estructura y tarifas. El arancel integrado comunitario. Estructura del TARIC. Medidas de política arancelaria. Realización de búsquedas en el TARIC.

—Valoración en Aduana de las mercancías. Método principal de determinación. Cálculo y ajustes al valor de transacción. Métodos secundarios. La declaración de valor en aduana (documento DV1). Cumplimentación. Tramitación telemática.

—Fiscalidad del comercio exterior en las aduanas. Impuestos en función del tipo de operación, de mercancía y de origen/destino. Derechos aduaneros, exacciones agrícolas e impuestos especiales entre otros. Cálculo de la deuda aduanera. Despacho a libre práctica y despacho a consumo.

—El IVA en las operaciones intracomunitarias. Operaciones sujetas. Exenciones. Cálculo de la base imponible. Prestación de Servicios. Operaciones triangulares. El IVA en operaciones con terceros países. Cálculo de la base imponible. Operaciones asimiladas a importación. Exenciones. Gestión, tramitación y liquidación. Presentación de declaraciones.

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

—Gestión aduanera de las importaciones y de las exportaciones.

– Estructura y funciones de la aduana. Código aduanero vigente.

– Operador Económico Autorizado. Tipos. Requisitos. Tramitación de autorizaciones.

– Despacho centralizado. Intercambio de información. Procedimientos. Soporte informático necesario. Autorización.

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

- El contrato de compraventa. Clausulado. Inclusión de los Incoterms.
- Procedimiento de gestión aduanera o despacho de importaciones y exportaciones.
  - Procedimientos generales. Control de la mercancía. Presentación de la mercancía. La declaración sumaria, plazo de presentación, excepciones y cumplimentación. Deuda aduanera de importación y exportación. Garantía y liquidación. Autorización de levante.
  - Procedimientos de importación. Formalidades hasta la presentación. Circuito de concesión de levante. Reconocimiento físico y toma de muestras. Formalidades posteriores al levante.
  - Procedimientos de exportación. Formalidades hasta la admisión. Formalidades posteriores a la admisión.
- Presentación de la declaración de importación/exportación (DUA) y demás documentos que lo acompañan.
  - DUA. Aspectos generales. Ejemplares. Series. Cumplimentación. Presentación telemática, requisitos y procedimiento.
  - Confección de la documentación comercial, de seguro, de pago, de transporte, certificados y documentos administrativos.
- Solicitud, tramitación y autorización de regímenes aduaneros. Tránsito, destino especial, depósito y perfeccionamiento. Plazos y organismos.
- Modelo de declaración estadística en operaciones intracomunitarias. Cumplimentación. Plazos. Presentación de declaraciones.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la gestión administrativa de las operaciones de comercio internacional, tales como:

- Cumplimentación y tramitación de la documentación necesaria para llevar a cabo las importaciones y exportaciones de mercancías.
- Gestión aduanera de las operaciones de importación y exportación.
- Tramitación y gestión de operaciones intracomunitarias de introducción y expedición de mercancías.
- Cumplimentación y tramitación de las declaraciones Intrastat.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La gestión administrativa y aduanera de las operaciones de importación y exportación.
- La gestión administrativa de las operaciones intracomunitarias de introducción y expedición.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- f) Realizar la gestión administrativa de operaciones de importación y exportación e introducción y expedición de mercancías.
- l) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.

- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Análisis de los principales organismos e instituciones que influyen en el comercio internacional de mercancías.
- Interpretación de la normativa que regula las operaciones de comercio internacional.
- Determinación de los documentos y trámites que hay que realizar en las operaciones de importación/exportación y de introducción/expedición y los organismos donde se gestionan.
- Cumplimentación de los documentos que se requieren para llevar a cabo una importación/exportación y una introducción/expedición.
- Fiscalidad del comercio exterior y gestión de los impuestos y tributos que se recaudan en las aduanas.
- El comercio intracomunitario y el sistema Intrastat.

Módulo Profesional: Sistema de información de mercados.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 0822.

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.

Duración: 96 horas.

Contenidos básicos:

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. Físicos, según características de los consumidores y el uso del producto.
  - Clasificación de los mercados, atendiendo a distintos criterios.

- Análisis de los factores del macroentorno en la actividad comercial de la empresa. Económico, sociocultural, demográfico, tecnológico, medioambiental, político y legal.
- Análisis de las variables del microentorno en la actividad comercial de la empresa. Competencia, suministradores, distribuidores e instituciones.
- Instituciones nacionales e internacionales que regulan o influyen en los mercados.
- Procesos de globalización e integración. Los procesos de integración económica a nivel europeo e internacional. Repercusión en los mercados.
- Estudio de las necesidades y del comportamiento del consumidor. Clasificación.
- El proceso de compra del consumidor. Fases y variables que intervienen. Determinantes internos y externos que influyen en el proceso de compra en el entorno internacional.
- Estrategias comerciales.
  - Segmentación de mercados. Objetivos y criterios de segmentación.
  - Aplicación de técnicas de segmentación de mercados.
  - 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.
- Identificación de datos. Tipos de información según su naturaleza, su origen y su disponibilidad. Clasificación según las fuentes de información.
- El sistema de información de marketing (SIM). Características y finalidad.
- Estructura del SIM. Subsistemas que lo integran. Función, tipos de datos y objetivos.
  - Subsistema de datos internos.
  - Subsistema de inteligencia de marketing.
  - Subsistema de investigación comercial.
  - Subsistema de apoyo a las decisiones de marketing.
- La investigación comercial.
  - Concepto y finalidad.
  - Aplicaciones de la investigación comercial en la empresa.
  - El proceso metodológico de la investigación comercial. Fases del proceso.
- Aplicación de técnicas para el tratamiento y organización de los datos. Utilidad en la toma de decisiones de la empresa.
- Aspectos éticos de la investigación comercial. Los grupos de interés en la investigación de mercados. Establecimiento de códigos deontológicos. El código CCI/ESOMAR.
- Aplicación, gestión y uso de bases de datos en soporte informático.

#### 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. Requisitos de la formulación de objetivos.
- Tipos de investigación. Estudios exploratorios, descriptivos y experimentales.

- Diseño y elaboración del plan de la investigación comercial. Establecimiento del tipo de investigación, de las fuentes de información y los instrumentos de obtención de datos y análisis. Determinación del presupuesto y costes de la investigación comercial.
  - Identificación de fuentes de información internas, externas, primarias y secundarias. Aplicación de criterios de fiabilidad, representatividad y coste de las fuentes.
  - Métodos y técnicas de obtención de información secundaria. Procedimientos de acceso a fuentes secundarias internas y externas, motores de búsqueda online u otras. Fuentes de información comercial oficial. Empresas, organismos e instituciones nacionales, europeas e internacionales, catálogos, directorios, bases de datos especializadas, entre otros.
  - Métodos y técnicas de obtención de información primaria.
    - Técnicas de investigación cualitativa. Entrevista en profundidad, dinámica de grupos, observación y otras. Técnicas proyectivas, y de creatividad. Análisis de sus características.
    - Técnicas de investigación cuantitativa. Encuestas, paneles (de consumidores, de detallistas y de audiencias), observación, experimentación y otras. Análisis de sus características.
  - Tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a las encuestas personales, telefónicas, por correo o a través de la web. PAPI, CAPI, MCAPI, CATI y CAWI. Ventajas e inconvenientes en su aplicación.
  - El cuestionario. Metodología para su diseño.
  - Elementos y estructura del cuestionario. Tipos de cuestionarios. Elaboración y prueba o test del cuestionario.
- Determinación de las características y tamaño de la muestra:
- Conceptos básicos de muestreo. Población, universo, marco muestral, unidades muestrales y muestra.
  - Métodos de muestreo. Definición y características.
    - Muestreos aleatorios o probabilísticos. Aplicación del muestreo aleatorio simple, sistemático, estratificado, por áreas o conglomerados, polietápico o por ruta aleatoria. Ventajas e inconvenientes.
    - Muestreos no probabilísticos. Aplicación del muestreo por conveniente, por juicios, por cuotas o bola de nieve. Ventajas e inconvenientes.
  - Errores muestrales y no muestrales.
  - Factores que influyen en el tamaño de la muestra. Definición del error de muestreo y nivel de confianza. Cálculo del error de muestreo.
  - Selección del método de muestreo. Cálculo del tamaño óptimo de la muestra.
  - 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, entre otros.
  - Programación y organización del trabajo de campo. Elaboración del cuaderno de campo y 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. Tipos de tabulaciones. Representación gráfica de los datos. Tipología.
- Técnicas de estadística descriptiva de análisis de datos. Cálculo y aplicación.
  - 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). Análisis de la varianza.
  - Medidas de forma de la distribución (asimetría y kurtosis).
- Técnicas de análisis probabilístico. Cálculo y aplicación.
  - Estimación puntual y por intervalos.
  - Contraste de hipótesis. Tipos de hipótesis.
- Técnicas de inferencia estadística. Extrapolación de los resultados de la muestra a la población objeto de estudio.
  - 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 paquetes estadísticos.
- Elaboración de informes comerciales con los resultados del análisis y las conclusiones de la investigación y estudio estadístico de los datos.
  - Estructura y elementos del informe comercial.
  - La redacción del informe comercial. El texto del análisis. Normas para los gráficos y tablas.
  - Presentación de resultados. Exposición oral y audiovisual.
  - Aplicaciones informáticas para la elaboración del informe comercial y la presentación de resultados.
  - Conservación de los informes comerciales para su consulta y actualización.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones de obtención, tratamiento y análisis de la información necesaria para la toma de decisiones en la empresa.

La función de obtención, tratamiento y análisis de la información incluye aspectos como:

- Análisis del mercado y del entorno de la empresa.
- Configuración de un sistema de información de mercados (SIM).
- Diseño del plan de trabajo de un proceso de investigación comercial.
- Obtención de información secundaria de distintas fuentes de información internas y externas.
- Elaboración de cuestionarios para la recogida de datos mediante encuestas.
- Obtención de información primaria aplicando diferentes técnicas de investigación comercial.
- Tratamiento, análisis y presentación de la información obtenida.
- Elaboración de informes comerciales con las conclusiones del estudio.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La obtención de información relevante para la empresa u organización.
- El tratamiento y análisis de la información obtenida.
- La elaboración de informes comerciales con los resultados y conclusiones del análisis de datos realizado.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

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

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- b) 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.
- m) 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.

n) 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.

ñ) 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.

o) 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.

p) 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.

q) 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.

r) 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.

s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Análisis de las variables y las instituciones que influyen en los mercados nacionales e internacionales.
- Análisis del macro y microentorno de las empresas u organizaciones.
- Segmentación de mercados aplicando distintos criterios.
- Configuración de un sistema de información de mercados (SIM)
- Obtención de datos secundarios de diferentes fuentes de información.
- Análisis de las distintas técnicas de obtención de información primaria.
- Diseño y elaboración de cuestionarios para la realización de encuestas, utilizando herramientas informáticas.
- Obtención, tratamiento y análisis de datos aplicando técnicas estadísticas y aplicaciones informáticas.
- Elaboración de informes comerciales utilizando herramientas informáticas.
- Desarrollo de las actitudes personales y profesionales necesarias para el futuro desempeño de la profesión.

Módulo Profesional: Marketing internacional.

Equivalencia en créditos ECTS: 9

Código: 0823.

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:

- a) Se han identificado las dimensiones de un producto o servicio, diferenciando entre línea, gama y familia.
  - b) Se ha elaborado un informe mediante soporte informático, delimitando el campo de actividad y estableciendo la dimensión de los productos, servicios y marcas detectadas.
  - c) Se han identificado los factores que definen la política de productos en mercados exteriores.
  - d) Se han analizado las relaciones causales entre las variables de marketing mix en las distintas etapas del ciclo de vida del producto.
  - e) Se han analizado las debilidades y fortalezas de una línea de productos en un determinado mercado exterior.
  - f) Se han seleccionado los tipos de productos que se pueden utilizar en una estrategia de marketing online.
  - g) 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:

- a) 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.
  - b) 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.
  - c) 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.
  - d) 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.
  - e) Se han analizado las estrategias de precios y canal de distribución de marcas o productos competidores en un determinado mercado.
  - f) 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.
  - g) 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:

- a) Se han diferenciado los tipos de canales de distribución internacional.
  - b) Se han analizado las variables que influyen en los diferentes tipos de canales de distribución internacional.
  - c) Se ha calculado el coste para la entrada de productos en un mercado exterior, considerando las variables que intervienen en un canal de distribución.
  - d) Se ha seleccionado entre varios canales de distribución alternativos aquel que optimice tiempo y costes.
  - e) Se ha definido una red de ventas exterior, propia, ajena o mixta, en un canal de distribución determinado.
  - f) Se han clasificado los productos de una empresa comercial, en función de criterios de distribución comercial, costes de distribución y ventas.
  - g) 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:

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

- a) Se han identificado las fases de planificación comercial de un plan de marketing internacional.
- b) Se han analizado las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el marketing mix internacional.
- c) Se ha realizado un análisis estadístico, utilizando las herramientas informáticas, a partir de un plan de marketing internacional convenientemente caracterizado.
- d) 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.
- e) Se han seleccionado los datos relacionados con un producto que son necesarios para elaborar la información de base del producto-marca.
- f) Se ha analizado la finalidad del briefing y los elementos que lo componen en el ámbito internacional.
- g) 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.

Duración: 126 horas.

Contenidos básicos:

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

- El mercado. Identificación de los distintos tipos de mercado.
- Análisis de la conducta del consumidor.
- Determinación de la exportación. Análisis de la empresa. Estudio del potencial de internacionalización.
- Delimitación del campo de actividad y establecimiento de la dimensión del producto, servicio y marca elaborando informes mediante soportes informáticos.
- Identificación y estudio de los factores que definen la política de productos en los mercados internacionales. Factores geográficos, sociopolíticos y comerciales.
- Identificación de las etapas del ciclo de vida del producto.
  - Etapas de introducción, crecimiento, madurez y declive.
  - Curva del ciclo de vida del producto.
- Estudio y determinación de las variables del marketing mix.
- Análisis de las relaciones causales entre las variables de marketing mix según las distintas etapas del ciclo de vida del producto.
- Análisis DAFO. Identificación y estudio de las debilidades y fortalezas de una línea de productos en un determinado mercado exterior.
- Estudio y selección de mercados internacionales.
- Comparación de las tácticas del marketing internacional. Estrategia de concentración y de diversificación.

- Selección anticipada de mercados. Estudio de la accesibilidad y seguridad.
  - Selección de mercados objetivos. Segmentación. Clasificación y reglas.
  - Determinación y clasificación del producto. Análisis de cartera. Matrices BCG, MK-GE, entre otras. Dimensión del producto. Factores claves de la política de productos.
    - Identificación de las dimensiones del producto.
    - Diferenciación entre línea, gama y producto.
  - Posicionamiento del producto en mercados internacionales. Estandarización y adaptación.
  - Determinación de la marca internacional.
    - Identificación de la marca global y la marca local.
    - Designación de la marca y su protección legal.
  - Definición del envase, el embalaje y el etiquetado del producto.
  - Análisis de estrategias de productos. Estrategia de penetración, de desarrollo del producto, de modificación, de desarrollo del mercado, de diversificación, entre otras.
  - Estudio del marketing on line.
    - Estrategia de producto en marketing on line.
    - Selección de tipos de productos.
  - Evaluación de la oportunidad de lanzamiento y posicionamiento en el mercado exterior. Elaboración de informes sobre oportunidades de lanzamiento de un producto utilizando herramientas informáticas.
- Diseño de políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior:
- Análisis del concepto precio.
  - Estudio del objetivo de la política de precios.
  - Identificación y estudio de los factores que influyen en la fijación del precio.
  - Estudio y comparación de los métodos de fijación de precios.
    - Análisis del método de fijación de precios según costes. Estudio y cálculo de los costes y márgenes. Coste de producción y coste de entrega del producto. Escandallo de costes.
    - Análisis del método de fijación de precios según mercado y según competencia.
  - Selección de los métodos de fijación de precios según el incoterm y las distintas variables determinantes del precio del producto.
  - Identificación y estudio de las variables determinantes del precio del producto para la exportación, costes, incoterms, divisas, tipo de cambio, márgenes, demanda y competencia, entre otros.
    - Identificación de costes relevantes en la fijación de precios competitivos.
    - Identificación de fuentes de información sobre los precios de la competencia.
    - Medida de la repercusión del tipo de cambio en la fijación del precio del producto o servicio.
  - Cálculo del precio del producto para la exportación, a partir del escandallo de costes, utilizando diferentes incoterms.
  - Estudio de las políticas de precios en mercados exteriores.

- Análisis y comparación de las estrategias de precios. Lideres de pérdidas, lanzamiento, adaptación y segmentación, mercados descremados, el precio psicológico, el precio competitivo, entre otros.
  - Estudio de la tendencia de los precios.
    - Análisis de las series temporales. Concepto y movimientos característicos.
    - Clasificación de los movimientos característicos de las series temporales.
    - Identificación y estudio de los métodos de estimación de la tendencia.
    - Determinación de la tendencia de precios de un producto durante un número determinado de años.
    - Aplicación de los métodos de regresión estadística. Regresión y correlación simple.
    - Aplicación del método de ajuste de curvas y regresión.
    - Aplicación del método de mínimos cuadrados.
    - Cálculo de la varianza residual y el coeficiente de determinación.
    - Cálculo del coeficiente de correlación.
    - Cálculo y aplicación del método de regresión y correlación múltiple.
    - Análisis de los números índice. Aplicación. Clasificación y cálculo.
  - Identificación y análisis de las estrategias de precios de marcas o productos competidores en un determinado mercado.
  - Identificación y análisis de los canales de distribución de marcas o productos competidores en un determinado mercado.
  - Comparación de los precios de un producto o marca en un determinado mercado con los de la competencia teniendo en cuenta los incoterms.
  - Análisis y elaboración de informes utilizando herramientas informáticas de la política de precios para distintos productos que compiten en un determinado establecimiento o canal según las distintas variables.
    - Origen nacional.
    - Origen internacional.
    - Categoría.
    - Calidad, entre otras.
- Selección de la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior:
- Diferenciación de los distintos tipos de canales de distribución internacionales.
    - Venta directa.
    - Venta a detallistas o canal corto.
    - Las centrales de compras.
    - Venta a mayoristas o canal largo.
    - Cartera de productos de un mayorista.
  - Análisis de las variables que influyen en los distintos tipos de canales de distribución internacional.
  - Alternativas para operar en mercados internacionales.
  - Modos de operación directos.

- Estudio del vendedor y del exportador, del agente y distribuidor importador, subsidiaria comercial, consorcios de exportación, filiales, sucursales, entre otros.
  - Modos de operación indirectos.
    - Tradings companies.
    - Comercializadoras.
    - Empresas comerciales y otros.
  - Modos de operación mixtos.
    - Piggyback, transferencia de tecnología.
    - Licencias y franquicias internacionales.
    - Joint ventures.
    - Alianzas internacionales.
    - Contratos de gestión.
    - Fabricación por contrata y otros acuerdos contractuales.
  - Estudio del acceso a mercados internacionales.
  - Distinción entre las estrategias de distribución internacional. El intermediario. Distribución exclusiva, selectiva, extensiva e intensiva.
  - Coste de distribución en mercados exteriores.
  - Cálculo del coste de entrada de productos en un mercado exterior según las variables que intervienen en el canal de distribución.
  - Identificación de canales de distribución alternativos en un mercado internacional determinado.
  - Optimización de tiempos y costes de los canales de distribución alternativos.
  - Selección del canal de distribución según la optimización de tiempos y costes.
  - Definición de la red de ventas exterior, propia, ajena o mixta en un canal de distribución determinado.
  - Clasificación de los productos asociada a la forma de distribución de los mismos. Según criterios de distribución comercial, costes de distribución y ventas.
  - Elaboración de informes sobre las alternativas de distribución de los productos de una empresa identificando problemas y oportunidades y utilizando aplicaciones informáticas.
- Determinación de las acciones de comunicación comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior:
- Análisis de las herramientas de comunicación.
  - Distinción de medios, soportes y formas de comunicación comercial en la práctica comercial internacional.
  - Análisis de los objetivos y elementos de la comunicación comercial con clientes internacionales.
  - Aplicación de técnicas psicológicas en el diseño de una acción de comunicación comercial según las diferencias culturales internacionales.
  - Análisis de los medios de promoción, contenido y forma del mensaje promocional.
    - Estudio de la estrategia de promoción internacional.
    - Fijación de objetivos de las acciones promocionales.

- Mix de promoción en mercados internacionales.
  - Selección del mix de promoción.
  - Presupuestación y evaluación de la promoción internacional.
  - Análisis y distinción entre publicidad y promoción en la apertura de mercados exteriores.
  - Promoción de ventas en el contexto internacional.
    - Definición y características.
    - Material promocional. El catálogo y otros materiales promocionales.
  - Venta personal en mercados exteriores.
    - Definición y características.
    - Ventajas e inconvenientes.
    - Entrevista de venta en el contexto internacional.
    - Fuerza de ventas.
    - Composición y creación de la fuerza de ventas.
  - Relaciones públicas en el contexto internacional.
    - Definición y características.
    - Aplicación de técnicas de relaciones públicas.
    - Patrocinio y mecenazgo.
    - Organización de actos sociales.
    - Diseño de elementos promocionales.
    - Determinación de organizaciones.
  - Valoración de las alternativas de comunicación online.
    - Selección del medio de promoción.
    - Selección del contenido de la promoción.
    - Selección de la forma del mensaje promocional.
  - Estudio de un sitio web comercial.
    - Identificación de los elementos principales de un sitio web.
    - Especificación de las características de un sitio web.
  - Aplicación de métodos para la asignación de recursos financieros y presupuesto de una campaña de comunicación internacional.
  - Definición, análisis, objetivos y criterios de las misiones comerciales y ferias internacionales.
    - Estudio del merchandising.
    - Estudio del marketing directo y sus ventajas.
  - Análisis de los objetivos y criterios para la asistencia a ferias y eventos internacionales
  - Estudio del plan de marketing online.
    - Análisis de las ventajas de su utilización para el lanzamiento y difusión de nuevos productos.
- Elaboración de un plan de marketing internacional:

- Estudio de la internacionalización, motivos, obstáculos y etapas del proceso de internacionalización de la empresa.
- Determinación de las funciones del área internacional.
- Diseño del desarrollo internacional y estructura operativa. Actuación en caso de existir ausencia de estructura interna especializada. Definición del departamento de exportación. Dirección de la exportación. Dirección internacional, entre otros.
- Identificación de los distintos tipos de organización. Definición de la organización por áreas geográficas, por productos, mixta y matricial, entre otros.
- Estudio de la planificación de marketing. Finalidad y objetivos.
- Identificación de las fases de planificación comercial internacional.
  - Diseño de la planificación comercial y análisis de su importancia.
  - El plan de marketing. Concepto y características.
  - Planificación del plan de marketing según su horizonte temporal.
  - Análisis de los riesgos de improvisación.
  - Aplicación del plan de marketing.
- Análisis de la situación.
  - Análisis interno. Análisis del entorno político-legal, económico, tecnológico, sociocultural, de la competencia, de las tendencias de los clientes, de los productos sustitutos, de los proveedores.
  - Análisis externo de la empresa. Análisis de producción, del plan de marketing, financiero, de la organización, productos, distribución, organización comercial, comunicación, entre otros.
  - Análisis DAFO.
- Análisis de las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el marketing mix internacional.
- Utilización de herramientas informáticas en la realización del análisis estadístico partiendo del plan de marketing.
- Definición de las estrategias del plan de marketing del producto o servicio, a partir de la información disponible en el SIM sobre los distintos mercados.
- Selección de los datos necesarios relacionados con el producto, para la elaboración de información base del producto-marca.
- El briefing del plan de marketing internacional. Estructura y elementos.
  - Análisis de los objetivos del briefing.
  - Empleo de herramientas informáticas en la elaboración de la información del briefing de forma estructurada, según las especificaciones de la organización.
- 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 pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con el marketing, tales como:



- Evaluación de oportunidad de entrada de un producto en un mercado exterior.
- Decisiones en política de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior.
- Selección de la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior.
- Selección de las acciones de comunicación comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior.
- Elaboración de un plan de marketing internacional.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título:

- c) 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.
- d) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Utilización de aplicaciones informáticas de carácter general y específicas del sector.
- Herramientas de gestión de estrategias de marketing.
- Optimización de la información del SIM.
- Mejora de las actitudes profesionales y personales de los futuros profesionales del sector.

Módulo Profesional: Negociación Internacional.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 0824.

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 caracterizado las teorías de derecho internacional que solucionan los conflictos derivados de las condiciones establecidas en los contratos internacionales.

f) Se han valorado las ventajas de utilizar las cláusulas de arbitraje internacional en la resolución de conflictos de comercio internacional.

g) 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 las partes y elementos de un contrato de compraventa internacional, diferenciando las cláusulas facultativas de las obligatorias.

b) Se han identificado los modelos documentales utilizados en la negociación de operaciones comerciales internacionales.

c) Se han elaborado las cláusulas de un precontrato de una operación comercial internacional, aplicando la normativa de contratación internacional.

d) Se han identificado los derechos y obligaciones derivados de la inclusión del incoterm acordado en el contrato de compra venta internacional.

e) Se han identificado los distintos tipos de contratos mercantiles internacionales que se utilizan.

f) Se han caracterizado los modelos documentales que representan los contratos mercantiles internacionales.

g) Se ha confeccionado el contrato adecuado a la operación comercial internacional.

h) 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.

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

Selección de clientes y/o proveedores potenciales:

- Técnicas de búsqueda y selección de clientes y proveedores internacionales.
- Instrumentos promocionales de apoyo a la exportación. Las ferias. Las misiones comerciales y los planes sectoriales de promoción exterior.
- Factores de riesgo internos según rentabilidad y seguridad, cliente y/o proveedor.
- Factores de riesgo externos según rentabilidad y seguridad, coyuntura y/o mercado.
- Términos y condiciones comerciales en la negociación internacional con los clientes y proveedores.
- Selección de proveedores. Proceso de selección, confección de ficheros maestros y elaboración de informes.
- Selección de clientes. Proceso de selección, confección de ficheros maestros y elaboración de informes.
- Selección de intermediarios.
- Licitaciones y concursos internacionales. Componentes de los pliegos de condiciones y ofertas comerciales.
- Utilización de bases de datos. Sistemas CMR y ERP.

Establecimiento del proceso de comunicación en las relaciones internacionales:

- Técnicas de comunicación en la negociación internacional.
- Fuentes de información sobre comercio internacional. Tipos de información y organismos para la información.
- Medios y sistemas de comunicación internacionales. La carta comercial. El presupuesto y el pedido. Reglas de la comunicación telefónica.
- La comunicación verbal escrita y oral. Normas según las diversas culturas.
- La comunicación no verbal. Normas según las diversas culturas.
- Entrevistas y reuniones. Planificación de fases.
- Protocolo internacional.
- Nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Soportes informáticos y aplicación para la elaboración de documentos comerciales.

Diseño del proceso de negociación con clientes y/o proveedores internacionales:

- Constitución de la oferta y la demanda de productos y/o servicios en las operaciones internacionales. Factores.
  - El margen de la negociación. Límites y posiciones.
  - Preparación de la negociación internacional. Terminología comercial.
  - Técnicas de negociación internacional.
  - Etapas del proceso de negociación.
    - Toma de contacto.
    - Preparación.
    - Encuentro.
    - Propuesta.
    - Discusión.
    - Cierre.
  - Desarrollo de la negociación internacional.
  - Consolidación de la negociación internacional. Seguimiento de acuerdos.
  - Elementos culturales en la 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. Definición de límites en la configuración de la oferta.
  - Utilización de procesadores de texto. Elaboración de informes.
  - Programas de presentaciones gráficas.
- Interpretación de la normativa y usos habituales que regulan la contratación internacional:
- Regulación de la compraventa internacional. Identificación de las fuentes jurídicas.
  - Instrumentos de armonización, Lex Mercatum.
  - Los principios UNIDROIT.
  - Los convenios internacionales en la contratación internacional.
  - Reglas de la Cámara de Comercio Internacional.
  - Negociación de los incoterms.
  - El arbitraje internacional. Ventajas. Procedimiento.
  - Concursos y licitaciones internacionales. Definición y características.
- Elaboración de contratos internacionales:
- El contrato de compraventa internacional. Partes, elementos y cláusulas del contrato de compraventa internacional. Características. Requisitos formales y perfeccionamiento. Elaboración del clausulado del precontrato.
  - Aplicación del incoterm en el contrato de compraventa internacional. Derechos y obligaciones derivados.
  - Tipos de contratos mercantiles internacionales. Modelos documentales.

— Los contratos de intermediación comercial, de cooperación empresarial, de suministro, prestación de servicios y resultado. Tipologías y clausulados específicos.

— Contratación mediante concursos o licitaciones internacionales.

— Aplicaciones informáticas en la redacción del clausulado de un contrato mercantil internacional.

Planificación del desarrollo y control de los acuerdos contractuales internacionales:

— Organización de operaciones de compraventa internacional. Fuerza de ventas. Distribuidores y agentes comerciales.

— Análisis de la situación del mercado. Localización de problemas, oportunidades y tendencias.

— Determinación de informes empleando programas informáticos de clientes, proveedores y agentes comerciales.

— Ratios de control de operaciones internacionales utilizando programas informáticos específicos.

— Técnicas de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas.

— Control de calidad de operaciones internacionales.

— Definición del proceso de control de los pedidos a través de la utilización de sistemas y programas informáticos. Pedidos de clientes y pedidos a proveedores.

— Sistemas de información y control de incidencias en operaciones de control internacional.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la negociación y ejecución de las operaciones de contratación mercantil internacional de productos y servicios, tales como:

- Identificación de clientes, agentes y proveedores potenciales, que sean necesarios para conseguir los objetivos comerciales de la empresa.
- Contacto y relación con los clientes, agentes y proveedores, según las características, costumbres y protocolos empresariales internacionales.
- Participación en los procesos de negociación de los contratos internacionales.
- Elaboración de los contratos y documentos accesorios necesarios, cumpliendo con la normativa contractual internacional.
- Control y supervisión del desarrollo y cumplimiento de las condiciones pactadas en los contratos mercantiles internacionales.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se aplican en:

- La elaboración de informes de clientes, agentes y proveedores potenciales.
- La asistencia y el asesoramiento en los procesos de negociación contractual.
- La realización de ofertas en licitaciones y concursos internacionales.
- La atención a reclamaciones de clientes y proveedores.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:



- 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.
- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- e) 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.
- m) 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.
- n) 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.

- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Análisis de las bases de datos, estudios de mercados y los principales organismos e instituciones que influyen en el tránsito internacional de mercancías.
- Interpretación de la normativa que regula la contratación mercantil internacional.
- Determinación de las cláusulas que habitualmente se utilizan en los contratos mercantiles internacionales.
- Análisis de la rentabilidad de los diferentes canales de comercialización.
- Los incoterms como medio para realizar y/o valorar ofertas contractuales a clientes o de proveedores internacionales.
- Las bases de licitaciones y concursos internacionales.
- Resolución de reclamaciones de clientes y proveedores.
- Trazabilidad de pedidos y entregas de mercancías.

Módulo Profesional: Financiación internacional.

Equivalencia en créditos ECTS: 7

Código: 0825.

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 las fuentes primarias de financiación bancaria, tanto multinacionales como regionales y estatales, y las fuentes secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones.
  - e) Se han confeccionado los ficheros maestros de clientes y de proveedores, a partir de la aplicación informática de gestión de la relación con clientes.
  - f) 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 analizado las características fundamentales del Euromercado y los segmentos de actividad en los que opera.
  - e) Se han analizado las variables que inciden en las fluctuaciones de los tipos de cambio de las distintas divisas.
  - f) Se ha obtenido y analizado información sobre el mercado de divisas, interpretando y utilizando la terminología específica.
  - g) 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.
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 identificado los organismos e instituciones competentes para la solicitud de ayudas y subvenciones a la exportación.
  - c) Se han evaluado las distintas modalidades de crédito oficial a la exportación, teniendo en cuenta el país de destino, los bienes y servicios financiables y los requisitos que se exigen, y se ha seleccionado la más conveniente.
  - d) Se ha calculado la base máxima financiable, los intereses a pagar y las cuotas de amortización del préstamo, utilizando la aplicación informática adecuada.
  - e) Se ha elaborado la documentación que se requiere para la solicitud de un crédito oficial.
  - f) 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.
  - g) 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 de 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.
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.

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

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.
  - Fuentes primarias de financiación bancarias multinacionales, regionales y estatales.
  - Fuentes secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones (empresas de trading, sociedades de importación y exportación y otras instituciones y entidades).
- Elaboración y mantenimiento de bases de datos de clientes y proveedores potenciales. Elaboración de informes.

Análisis del funcionamiento del mercado de divisas:

- El sistema financiero internacional. Funcionamiento.
  - Mercado doméstico nacional.
  - Mercado internacional. Euromercados.
  - Mercados de divisas.
- Organismos financieros internacionales.
- El sistema monetario europeo. La Unión Monetaria.
- Instituciones monetarias europeas.
  - El Banco Central Europeo.
  - El Sistema Europeo de Bancos Centrales.
  - Otros organismos financieros y monetarios.
- Los euromercados.

- Segmentos de mercados en los que operan.
- Instrumentos financieros en los euromercados.
- Los tipos de interés.
- 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.
  - Evaluación de los costes y riesgos que supone su utilización.
- Tipo de transacciones en el mercado FOREX.
  - Mercado de divisas al contado o mercado spot.
  - Mercado de divisas a plazo o mercado forward.

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. Riesgos 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.
  - El seguro de cambio en las importaciones y exportaciones. Contratación de compraventa de divisas a plazo y cálculo del coste.
  - Las cuentas en divisas como instrumento de cobertura del riesgo de cambio.
  - Futuros sobre divisas.
  - Las opciones sobre divisas. Opciones de compra y opciones de venta.
  - Los swaps de divisas.
  - Tramitación y gestión integrada a distancia del riesgo de cambio utilizando aplicaciones informáticas.
- Mecanismos de cobertura del riesgo de interés.
  - Futuros en tipos de interés.
  - Convenios de tipos de interés futuros (FRAs).
  - Los swaps de tipos de interés.
  - Caps, Floors, Collars.
  - Swaptions.
  - Tramitación y gestión integrada a distancia del riesgo de interés utilizando aplicaciones informáticas.

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

—Utilización de sistemas de intercambio de datos. Swif, EDI y otros.

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

— Fuentes primarias y secundarias de financiación de las exportaciones e importaciones.

— Financiación de las importaciones y compras internacionales.

– Análisis de los requisitos para recibir financiación en tiempo y forma, según el tipo de importación y país de origen, los plazos y momentos para la devolución del crédito, el importe del crédito e intereses y la cobertura del riesgo del tipo de interés y de cambio.

– Financiación concedida por el suministrador-comprador extranjero.

– Financiación obtenida en una entidad financiera. Préstamo y línea de crédito.

– Divisa de financiación, medio de pago e instrumento de financiación.

– Modalidades de financiación.

– Financiación en euros.

– Financiación en divisas.

– Leasing de importación.

– Cálculo de costes y riesgos financieros.

— Financiación de las exportaciones, ventas y proyectos internacionales. Procedimientos y contratación.

– Análisis de los requisitos para recibir los créditos en tiempo y forma, según el tipo de exportación y país de destino, los plazos y momentos para la devolución del crédito, el importe del crédito e intereses y la cobertura del riesgo comercial y político.

– Créditos de prefinanciación, de financiación y de refinanciación.

– Divisa de facturación, medio de pago e instrumento de divisa de financiación.

– Modalidades de financiación.

– Financiación en euros.

– Financiación en divisas.

– Cálculo de costes y riesgos financieros.

– Pólizas de crédito.

– Leasing de exportación.

– Factoring.

– Forfaiting.

– Project Finance.

– Otras formas de financiación de las exportaciones.

— Usos y prácticas mercantiles uniformes en las operaciones de crédito internacional.

— Gestión de la documentación necesaria para la obtención de créditos en operaciones de importación y exportación.



—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 públicos, asociaciones y agrupaciones nacionales y extranjeras competentes para la solicitud de ayudas y subvenciones a la exportación. 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.

– Sectores y bienes que son financiables.

– Cálculo de la base de financiación. Máximo financiable.

– Tipos de interés aplicables.

– Plazos de amortización.

– Amortización y pago de intereses. Cuotas periódicas y constantes.

– Trámites y documentación a presentar.

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

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

– Condiciones y requisitos.

– Clases de crédito.

– Trámites y documentación a presentar.

—Criterios para la concesión del crédito.

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.

– Internacionales. Naciones Unidas, Instituciones Financieras Multilaterales de Ayuda al Desarrollo (Grupo Banco Mundial, Bancos regionales de desarrollo). Objetivos y estructura.

– Europeos. La Unión Europea. Objetivos y estructura.

– Nacionales. Agencias bilaterales de ayuda al desarrollo, ICEX y COFIDES. Objetivos y estructura.

—Procedimiento de adjudicación de proyectos. Fases del proceso.

– Fase previa a la licitación. Identificación de los requisitos exigidos por el convocante.

– Fase preparatoria del proyecto.

– Negociación y contratación.

– Ejecución del proyecto.

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

– Cumplimentación del formulario de oferta.

- Documentación técnica.
- Documentación administrativa.
- Fianzas, avales y garantías.
- Participación de las empresas españolas en proyectos internacionales.
  - Objetivos.
  - Criterios de adjudicación relativos a la capacidad de la empresa.
  - Instrumentos de apoyo y promoción exterior del ICEX, Cámaras de Comercio y otros Organismos.

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

- Riesgos en las operaciones de comercio internacional.
  - Comerciales, políticos y extraordinarios.
  - Riesgo de resolución del contrato y riesgo de crédito.
- Cobertura de riesgos en las operaciones internacionales. Mecanismos públicos y privados.
- El contrato de seguro de crédito a la exportación.
  - Personas, entidades y elementos que intervienen. La prima.
  - Operaciones asegurables.
- Proceso de contratación del seguro de crédito.
- La Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE). Funciones y competencias.
- Modalidades de pólizas para ventas-exportaciones a corto plazo. Gestión y contratación.
  - Póliza abierta de gestión de exportadores (PAGEX).
  - Póliza 100 de seguro de crédito a la exportación para PYMES (P-100).
  - Otras pólizas de CESCE.
- Tipos de pólizas para ventas internacionales a medio y largo plazo. Gestión y contratación.
  - Póliza de crédito comprador.
  - Póliza de crédito suministrador.
  - Otras pólizas.
- Procedimiento de declaración de siniestros e indemnización por daños.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desarrollar las funciones relacionadas con la gestión financiera de las operaciones de compraventa internacional tales como:

- Financiación de las exportaciones y ventas internacionales.
- Financiación de las importaciones.
- Gestión del riesgo de cambio en la financiación en divisas.
- Gestión de la documentación necesaria para la obtención de un crédito con apoyo oficial a la exportación.
- Gestión de la documentación necesaria para participar en proyectos y licitaciones en otros países.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La gestión financiera de las operaciones de compraventa internacional de mercancías, servicios y proyectos.
- Gestión de cobros y pagos internacionales.
- Participación en concursos y licitaciones internacionales.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- g) 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.

l) 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.

m) 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.

n) 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.

ñ) 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.

o) 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.

p) 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.

q) 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.

r) 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.

s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Obtención de información en el sistema financiero y el mercado de divisas, para la gestión financiera de las operaciones de comercio internacional.
- Identificación de los organismos nacionales e internacionales que intervienen en la financiación de las operaciones de comercio internacional.
- Interpretación de la normativa que regula los distintos tipos de créditos a la importación y a la exportación.
- Análisis y evaluación de diferentes alternativas financieras, calculando el coste y los riesgos que generan.
- Gestión y cobertura de los posibles riesgos financieros y el riesgo de cambio en las operaciones comerciales internacionales.
- Cumplimentación y tramitación de los documentos necesarios para la obtención y gestión de créditos.
- Elaboración y gestión de la documentación necesaria para participar en concursos y licitaciones internacionales.

Módulo Profesional: Medios de pago internacionales.

Equivalencia en créditos ECTS: 6

Código: 0826.

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 caracterizado los cheques personal y bancario como medios de pago internacionales.
  - c) Se han caracterizado las órdenes de pago simple y documentaria como medios de pago internacionales.
  - d) Se han caracterizado las remesas simple y documentaria como medios de pago internacionales.
  - e) Se han identificado las modalidades de créditos documentarios, describiendo sus procedimientos de emisión.
  - f) Se han analizado las ventajas e inconvenientes de los diferentes medios de pago internacionales, calculando los costes derivados de su gestión.
  - g) Se han identificado los nuevos medios de pago o cobro internacionales.
  - h) 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.
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 ha definido el procedimiento para el cálculo de los costes de las garantías.
  - f) Se han interpretado las reglas y usos relativos a las garantías bancarias.
  - g) Se han analizado las ventajas e inconvenientes de cada modalidad de pago en función de las garantías exigidas.
  - h) 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.

Duración: 84 horas.

Contenidos básicos:

Identificación de la normativa reguladora de los medios de pago internacionales:

- Normativa nacional reguladora de los medios de pago.
  - Legislación cambiaria y del cheque. Análisis del clausulado.
  - Legislación sobre servicios de pago. Análisis del clausulado. Identificación de los servicios regulados, transferencias, domiciliaciones y tarjetas.
- Normativa internacional reguladora de los medios de pago. Análisis del clausulado.
  - 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 Análisis de las reglas vigentes.
  - Reglas y usos uniformes sobre los créditos documentarios de la CCI. Definición e identificación de Crédito Documentario. Análisis de las nuevas UCP. Otras normas de aplicación a los créditos documentarios, e-UCP, reglas relativas a los créditos contingentes, Práctica Bancaria Internacional Standard, entre otras.
- Análisis de los efectos jurídicos y comerciales de un determinado convenio internacional en la regulación de un medio de pago.
- Normativa de los nuevos medios de pago internacionales.
  - Identificación de los nuevos medios de pago internacionales, factoring, forfaiting, confirming, entre otros.
  - Análisis de la Convención de UNIDROIT.
  - Análisis de la legislación nacional, europea e internacional de los medios de pago por Internet.

Caracterización de los medios de cobro y pago internacionales:

- Los medios de cobro y pago en el comercio internacional.
  - Identificación de los principales medios de cobro y pago. Simples y documentarios.
  - Definición de los diferentes medios de cobro y pago.
  - Criterios de elección de un medio de cobro y pago, según plazo, seguridad y coste, entre otros.
  - Comparación de los diferentes medios de cobro y pago.

- El cheque personal y el cheque bancario.
  - Identificación de las partes que intervienen en la operación.
  - Modalidades de cobro.
  - Descripción de la operativa de funcionamiento.
  - Análisis de las ventajas e inconvenientes para el exportador y el importador.
  - Identificación de los riesgos de utilización de estos medios en una compraventa internacional.
  - Definición de las obligaciones legales del banco emisor, el intermediario y el confirmador, entre otras entidades financieras, y de seguro y de transporte para asegurar el cobro y pago de las operaciones de compraventa internacional.
- La orden de pago simple y documentaria.
  - Identificación de las partes que intervienen en la operación.
  - Descripción de la operativa de funcionamiento.
  - Análisis de las ventajas e inconvenientes para el exportador y para el importador.
  - Medios de comunicación de las órdenes de pago, sistema swift, postal y telex, entre otros.
  - Identificación de los riesgos de utilización de estos medios en una compraventa internacional.
  - Cálculo del coste. Identificación del IBAN y del BIC. Análisis de las tarifas aplicadas por diferentes entidades financieras.
  - Definición de las obligaciones legales del banco emisor, del intermediario y confirmador, entre otras entidades financieras, y de seguro y de transporte para asegurar el cobro y pago de las operaciones de compraventa internacional.
- La remesa simple y documentaria.
  - Identificación de las partes que intervienen en la operación.
  - Descripción de la operativa de funcionamiento.
  - Análisis de las ventajas e inconvenientes para el exportador y el importador.
  - Identificación de los riesgos de utilización de estos medios en una compraventa internacional.
  - Definición de las obligaciones legales del banco emisor, el intermediario y confirmador entre otras entidades financieras, y de seguro y transporte para asegurar el cobro y pago de las operaciones de compraventa internacional.
  - Caracterización de modalidades de remesas documentarias, según entrega de documentos contra pago, contra aceptación y contra recibo en fideicomiso.
  - Identificación de los documentos financieros y comerciales de una remesa.
  - Cálculo del coste.
- El crédito documentario.
  - Definición y características.
  - Identificación de las partes que intervienen en la operación.
  - Descripción de la operativa de funcionamiento.



- Definición de las obligaciones legales del banco emisor, del intermediario y confirmador entre otras entidades financieras, y de seguro y de transporte para asegurar el cobro y pago de las operaciones de compraventa internacional.
  - Análisis de las ventajas e inconvenientes para el exportador y para el importador.
  - Clasificación de las principales modalidades de crédito documentario, confirmado y no confirmado, pagadero a la vista, con pago diferido, por aceptación y por negociación, transferible y no transferible, rotativo, respaldado, con cláusula roja y con cláusula verde, entre otros. Descripción de la operativa de funcionamiento.
  - Fases en el desarrollo de un crédito documentario. Solicitud y apertura. Recepción y aviso. Utilización. Revisión y liquidación.
  - Documentos de transporte, de seguro, de información y auxiliares utilizados en el crédito documentario.
  - Cálculo del coste para el importador y el exportador.
  - La carta de crédito comercial. Definición y características.
  - Los nuevos medios de cobro y pago internacionales.
  - El factoring de exportación.
    - Definición y características.
    - Identificación de las partes que intervienen en la operación.
    - Factoring con recurso y sin recurso.
    - Descripción de la operativa de funcionamiento.
    - Cálculo del coste.
  - Cuentas bancarias en el exterior. Descripción de la operativa de funcionamiento.
  - Centros internacionales de concentración. Análisis.
- Análisis de las garantías y avales internacionales:
- Los riesgos políticos y comerciales en el comercio internacional. Análisis de sus efectos sobre operaciones contractuales internacionales.
  - Garantías en el comercio internacional.
    - Garantía real y personal.
    - Diferenciación entre garantía bancaria y crédito documentario.
  - Modalidades de las garantías y los avales.
    - Identificación de garantías y avales emitidos por entidades financieras. De licitación, de ejecución y de mantenimiento, entre otras.
    - La contragarantía.
    - La garantía a primera demanda.
    - Stand by letter of credit.
  - Cálculo del coste de las garantías.
  - Identificación y análisis de la normativa reguladora de las garantías bancarias. Reglas y usos uniformes relativos a las garantías de primer requerimiento y otras reglas de la CCI.

- Aplicación de las garantías a cada modalidad de pago internacional. Ventajas e inconvenientes.
  - Documentación en las garantías. Confección en la emisión, modificación y cancelación de las garantías.
- Gestión de la documentación necesaria para realizar el cobro o pago internacional:
- Análisis de operaciones en comercio internacional. Identificación de la solvencia, riesgos de impago y otras circunstancias de los clientes.
  - Identificación de los documentos que intervienen en cada medio de cobro y pago internacional.
  - Documentos comerciales. Factura proforma, factura comercial, consular y packing list, entre otros. Requisitos de presentación efectiva en el sistema financiero.
  - Documentos financieros. Letra de cambio, cheque y pagaré, entre otros. Requisitos de presentación efectiva en el sistema financiero.
  - Documentos de transporte y seguro. Requisitos de presentación efectiva en el sistema financiero.
    - Transporte por carretera. Carta de porte CMR y Cuaderno TIR, entre otros.
    - Transporte por ferrocarril. Carta de porte CIM y Cuaderno TIF, entre otros.
    - Transporte aéreo. Air way bill y resguardos de transporte aéreo, entre otros.
    - Transporte marítimo. Bill of lading, Sea way bill y Póliza de fletamento, entre otros.
    - Transporte multimodal. Documento de transporte multimodal, entre otros.
    - Póliza de seguro (individual y abierta) y certificado de seguro.
  - Documentos de información. Requisitos de presentación efectiva en el sistema financiero.
    - Certificado de origen. Certificado EUR-1, Certificado EUR-2, Certificado ATR y Certificado Form-A.
    - Certificados de análisis, fitosanitario, sanitario y veterinario, entre otros.
  - Identificación de los documentos que intervienen en cada medio de cobro y pago internacional.
  - Confección del documento base de los distintos medios de cobro y pago internacionales.
  - Gestión de impagos.
    - Identificación de las causas de los retrasos e impagos asociadas a los diferentes medios de cobro y pago internacionales.
    - Normativa aplicable.
    - Cálculo de los costes financieros y no financieros derivados de los créditos impagados.
    - Protesto de efectos impagados. Gestión administrativa.
- Identificación de los medios de cobro y pago a través de Internet y otros sistemas digitales:
- Herramientas informáticas online y offline para la obtención de información y para el análisis de la legislación sobre el país de destino.
  - Herramientas de pago propias de Internet.
  - Los certificados digitales. Identificación de la normativa reguladora. Características y solicitud.
  - Sistemas de intercambio de datos. Características y significado de mensajes Swift, EDI y P2P, entre otros.
  - Presentación electrónica de documentos. Procedimiento, autorización y gestión de archivos.
  - Herramientas informáticas para la elaboración de informes, confección y análisis de medios de pago internacionales.

- Procesadores de texto. Trabajar con texto, con tablas y con imágenes, entre otros elementos.
- Hojas de cálculo. Trabajar con fórmulas, gráficas y bases de datos, entre otros elementos.
- Programas de edición gráfica. Trabajar con imágenes y diseño de documentos. Formatos editables y protegidos.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para desempeñar las funciones relacionadas con la gestión de las operaciones de cobro y pago en las transacciones internacionales, tales como:

- Identificación y análisis de los riesgos y costes que implican el uso de los diferentes medios de pago internacionales.
- Gestión de las garantías y avales asociados al medio de pago internacional de una operación comercial internacional.
- Gestión de los medios de cobro y pago en las transacciones internacionales.
- Gestión de la documentación adjunta necesaria para la tramitación de los diferentes medios de cobro y pago internacionales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La identificación de la normativa internacional vigente que regula los medios de cobro y pago internacionales.
- La gestión del cobro o pago de una operación mercantil internacional.
- La cumplimentación y/o gestión de la documentación adjunta al medio de cobro o pago elegido.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.
- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- j) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Análisis de los principales organismos e instituciones que regulan la normativa de los medios de cobro y pago internacionales.

- Interpretación de la normativa nacional e internacional que regula las operaciones de compraventa internacional.
- Determinación de los documentos y trámites necesarios en la gestión de los diferentes medios de cobro y pago internacionales y los organismos donde se gestionan.
- Cumplimentación de los documentos que se requieren para llevar a cabo el proceso de cobro o pago de una operación mercantil internacional.
- Conocimiento y utilización de los medios de pago en Internet.

Módulo Profesional: Comercio digital internacional.

Equivalencia en créditos ECTS: 4

Código: 0827.

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.

Duración: 64 horas.

Contenidos básicos:

Elaboración del plan de marketing digital internacional:

- Desarrollo del plan de marketing digital internacional. Ventajas del Marketing digital. Concepto de plan de marketing digital y complementariedad con el plan de marketing internacional tradicional. Herramientas de los social media. Las 4 Ps del marketing digital.
- Características específicas del cliente online internacional. Desafíos del marketing electrónico internacional respecto a las formas de pago, seguridad y problemas logísticos.
- Promoción online y offline de la web exportadora. Estrategias online y offline. Blended marketing. Normativa sobre publicidad y promoción online en el ámbito internacional.
- Herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales, e-mailmarketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines. Concepto y utilidad.
- Políticas de captación, proceso de creación de una marca. E-branding.
- Análisis de estadísticas y medición de resultados.
- Nuevas tendencias de comunicación y de relación con el cliente en el marketing internacional.
  - Marketing internacional de afiliación. La red de afiliados.
  - Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM). Programas de fidelización y herramientas utilizadas.
  - Cross marketing. Concepto y utilidad.
  - Marketing viral. Concepto y utilidad.
  - Marketing one-to-one. Concepto y utilidad.

- Sistemas digitales de venta. Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.
- Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.
- Campañas publicitarias internacionales a través de dispositivos móviles y canales digitales.
- Otras tendencias.

Realización de las tareas básicas para la utilización de Internet:

- Internet y su origen. Uso de la red a nivel internacional como canal de promoción de la empresa.
- Funcionamiento de la red a nivel internacional. Servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web y los dominios de la red.
- Modos de conectarse a Internet. Conexión por cable e inalámbrica. Tipología de conexiones. Ventajas e inconvenientes de las diferentes conexiones.
- Configuración de acceso a la red. Procedimiento.
- Las intranets y las extranets. Concepto, características y utilidad.
- El navegador y su funcionamiento. Navegadores más utilizados a nivel nacional e internacional.
- Búsqueda de información nacional e internacional en la red mediante aplicaciones específicas.
- Los buscadores, motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores. Utilización.
- 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. Elementos. Utilización de programas de cliente de correo electrónico. Envío y recepción de mensajes.
- El correo web. Creación de una cuenta. Las funciones básicas de leer, responder y enviar. Utilización.
- Correo no deseado.
- Correo POP3. Su utilización. Diferencias entre correo web y correo POP3.
- Gestión de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.
- Transferencia de archivos. Su utilización. La seguridad en la transferencia.
- Servidores FTP. Aplicaciones FTP. Carga y descarga de archivos.
- Redes P2P. Concepto y funcionamiento. Aplicaciones.
- Los foros internacionales. Concepto y utilidad. Leer y escribir en un foro. Función del moderador. Gestión y establecimiento de contactos internacionales.
- Los grupos de discusión internacionales. Concepto y utilidad. Gestión y establecimiento de contactos internacionales.
- Weblogs, blogs o bitácoras. Concepto y utilidad. Gestión y establecimiento de contactos internacionales.
- Redes sociales internacionales. Concepto y utilidad. Tipología. Política de privacidad. Riesgos. Comunicaciones internacionales a través de las redes sociales. Community manager.
- Redes sociales internacionales para empresas. Intercambio de información, ideas y oportunidades.
- 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. Parámetros y acciones de captación necesarias para crear o adaptar un negocio online internacional.

— Modelos de negocio digital, portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. Concepto y funcionamiento.

— Selección y registro de dominio.

— Escaparate web. Catálogo electrónico.

— Control logístico de las mercancías vendidas online. Gestión de pedidos y devoluciones.

— Gestión de las reclamaciones. La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. La importancia financiera de la reclamación.

— Formas de pago en una tienda virtual. Métodos off-line y online. Medios internacionales de pago electrónico. Periodos de reflexión y cancelaciones.

— Sistemas de seguridad en Internet.

– Criptografía, clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.

– Firma digital. Concepto y utilidad.

– Certificados digitales. Autoridades de certificación. Caducidad y revocación de los certificados.

– Encriptación. Concepto y utilidad.

— 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. Requisitos para su validez. Principales formatos utilizados. Regulación nacional e internacional.

— Programas de facturación electrónica. Transmisión telemática entre ordenadores. Cumplimentación de la factura electrónica.

— Seguridad en las transmisiones. La firma electrónica reconocida. Funcionamiento.

— Tareas administrativas on-line con organismos públicos y privados de ámbito nacional e internacional.

– 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.

– Identificación de páginas seguras. La compra segura on-line.

– Amenazas. Spam, virus informáticos, spyware, phishing entre otros.

— Barreras de seguridad. Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías entre otros.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para el desempeño de actividades relacionadas con el uso de Internet y de otros sistemas digitales, tales como:

– La definición del plan de marketing y de publicidad digital internacional de la empresa.

- La utilización de diversos sistemas digitales de venta a través de telefonía móvil y TV, entre otros.
- El desarrollo de las políticas de comercio electrónico internacional de la empresa.
- La configuración de la red y el acceso a la misma.
- La búsqueda avanzada de información.
- La gestión del correo electrónico como medio de comunicación y como herramienta de venta internacional.
- La transferencia de información y de aplicaciones de todo tipo.
- La utilización de una gran variedad de programas complementarios de todo tipo, como los dedicados a facturar electrónicamente o los destinados a las relaciones con organismos internacionales públicos y/o privados.
- La relación directa, enfocada a las ventas, con otros usuarios a través de chats, mensajerías, grupos de discusión y blogs.
- La compraventa de productos/servicios por medio de redes sociales internacionales.

Las actividades profesionales asociadas a esta función se aplican en:

- La utilización de Internet como recurso publicitario internacional.
- La programación del plan de marketing digital internacional de la empresa.
- La investigación de los mercados y en el marketing nacional e internacional.
- El posicionamiento en buscadores internacionales.
- El uso de la tienda virtual de la empresa a nivel internacional.
- La gestión administrativa del comercio electrónico internacional.
- La gestión de cobros y pagos internacionales.
- La tramitación y gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal generada electrónicamente.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las siguientes competencias profesionales, personales y sociales del título:

- l) 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.
- m) 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.
- n) 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.
- ñ) 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.
- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- Utilización de Internet como soporte publicitario internacional de la empresa y de sus productos.
- Venta electrónica internacional de productos a través de la tienda virtual.
- Uso del correo electrónico como herramienta de comunicación y venta a nivel nacional e internacional.
- Incorporación a foros y redes sociales internacionales.
- Utilización de Internet como medio de búsqueda de información.
- Utilización de programas específicos de facturación electrónica.
- Utilización de diversas aplicaciones informáticas complementarias a Internet.

Módulo Profesional: Inglés.

Equivalencia en créditos ECTS: 7.

Código: 0179.

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:

- a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
  - b) Se ha reconocido la finalidad del mensaje radiofónico y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.
  - c) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
  - d) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.
  - e) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
  - f) Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.
  - g) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.
  - h) 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 decide 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 del mensaje.
  - b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.
  - c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.
  - d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.
  - e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.
  - f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.
  - g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.
  - h) Se ha argumentado con todo detalle, la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.
  - i) 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 mismo.

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 de manera coherente y cohesionada.

- 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.

Duración: 128 horas.

Contenidos básicos:

Análisis de mensajes orales:

- Obtención de información global y específica de conferencias y discursos sobre temas concretos y con cierta abstracción.
- Estrategias para comprender e inferir significados no explícitos. Ideas principales. Claves contextuales en textos orales sobre temas diversos o para comprobar la comprensión.
- Comprensión global de un mensaje, sin necesidad de entender todos y cada uno de los elementos del mismo.
- Comprensión de mensajes profesionales y cotidianos.
  - Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
  - Terminología específica de la actividad profesional.
  - Ideas principales y secundarias. Identificación del propósito comunicativo de los elementos del discurso oral.

- Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos preposicionales, verbos modales y otros.
- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.
- Diferentes acentos de lengua oral.
- Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad en función de la intención comunicativa y del contexto de comunicación.
- Utilización de estrategias para comprender e inferir significados por el contexto de palabras, expresiones desconocidas e información implícita en textos orales sobre temas profesionales.

#### Interpretación de mensajes escritos:

- Predicción de información a partir de elementos textuales y no textuales en textos escritos sobre temas diversos.
- Recursos digitales, informáticos y bibliográficos, para solucionar problemas de comprensión o para buscar información, ideas y opiniones necesarias para la realización de una tarea.
- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y cotidianos.
  - Soportes telemáticos. Fax, e-mail, burofax.
  - Terminología específica de la actividad profesional. “False friends”. Análisis de los errores más frecuentes. Sinónimos y antónimos, adjetivos descriptivos.
  - Ideas principales y secundarias. Identificación del propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
  - 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 y verbos modales.
- Relaciones lógicas. Oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado.
- Relaciones temporales. Anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Comprensión de sentidos implícitos, posturas o puntos de vista en artículos e informes referidos a temas profesionales concretos o de actualidad.
- Estrategias de lectura según el género textual, el contexto de comunicación y la finalidad que se persiga.

#### Producción de mensajes orales:

- Mensajes orales.
  - Registros utilizados en la emisión de mensajes orales según el grado de formalidad.
  - Terminología específica de la actividad profesional. “False friends”.
  - Expresiones de uso frecuente e idiomáticas en el ámbito profesional. Fórmulas básicas de interacción socio-profesional en el ámbito internacional.
  - Recursos gramaticales. Tiempos verbales, preposiciones, verbos preposicionales, locuciones, expresión de la condición y duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto, verbos modales y otros.

- Otros recursos lingüísticos. Gustos y preferencias, sugerencias, argumentaciones, instrucciones, 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 diferencias de registro.
- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral.
  - Conversaciones informales improvisadas sobre temas cotidianos y de su ámbito profesional. Participación. Opiniones personales. Intercambio de información de interés personal.
  - Recursos utilizados en la planificación del mensaje oral para facilitar la comunicación. Secuenciación. Uso de circunloquios y paráfrasis para suplir carencias lingüísticas y mecanismos para dar coherencia y cohesión al discurso.
  - Discurso oral y medios para expresar lo que se quiere comunicar. Adaptación a la situación y al receptor, adoptando un registro adecuado.
  - Estrategias para participar y mantener la interacción y para negociar significados. Elementos paratextuales, aclarar opiniones, resumir, preguntar o repetir con otras palabras parte de lo dicho para confirmar la comprensión mutua.
  - Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
  - Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, otros.
  - Entonación como recurso de cohesión del texto oral. Uso de los patrones de entonación.

Emisión de textos escritos:

- Composición de una variedad de textos de cierta complejidad. Planificación y revisión. Uso de mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.
- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos.
  - Currículo vitae y soportes telemáticos. Fax, e-mail, burofax.
  - Terminología específica de la actividad profesional.
  - Ideas principales y secundarias. Propósito comunicativo de los elementos textuales y de la forma de organizar la información distinguiendo las partes del texto.
- Recursos gramaticales, tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.
- Relaciones lógicas. Oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad, resultado, consecuencia.
- Secuenciación del discurso escrito (first, after, then, finally).
- Derivación. Sufijos para formar adjetivos y sustantivos.
- Relaciones temporales. Anterioridad, posterioridad, simultaneidad.
- Coherencia textual.
  - Adecuación del texto al contexto comunicativo.
  - Tipo y formato de texto.
  - Variedad de lengua. Registro. Uso apropiado al lector al que va dirigido el texto.



- Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
- Estructuras formales en los textos escritos. Selección y aplicación.
- Ordenación lógica de frases y párrafos. Textos coherentes. Elementos de enlace adecuados.
- Inversión. Después de “neither”, “nor” y de “so”. Después de expresiones negativas y de “only”.
- Inicio del discurso e introducción del tema. Desarrollo y expansión. Ejemplificación. Conclusión y/ o resumen del discurso.
- Uso de los signos de puntuación.

—Redacción, en soporte papel y digital, de textos de cierta complejidad. Correspondencia, informes, resúmenes, noticias o instrucciones, con claridad, razonable corrección gramatical y adecuación léxica al tema.

—Elementos gráficos para facilitar la comprensión. Ilustraciones, tablas, gráficos o tipografía, en soporte papel y digital.

—Argumentos. Razonamientos a favor o en contra de un punto de vista concreto y explicación de las ventajas y desventajas de varias opciones.

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.

—Interés por la buena presentación de los textos escritos tanto en soporte papel como digital, con respeto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumnado adquiera las competencias que le permitan comunicarse en inglés en el desarrollo de las actividades profesionales propias del nivel formativo de este técnico superior en este sector.

Se trata de un módulo eminentemente procedimental en el que se desarrolla la competencia comunicativa en inglés necesaria en el entorno profesional, tanto a nivel oral como a nivel escrito.

La competencia comunicativa en inglés tiene que ver tanto con las relaciones interpersonales como con el manejo de la documentación propia del sector.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

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

- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:

- La utilización de la lengua inglesa tanto a nivel oral como a nivel escrito, en todo el desarrollo de este módulo.
- La introducción del vocabulario inglés correspondiente a la terminología específica del sector.
- La selección y ejecución de estrategias didácticas que incorporen el uso del idioma inglés en actividades propias del sector profesional.
- La utilización de las técnicas de comunicación para potenciar el trabajo en equipo.

Módulo Profesional: Proyecto de comercio internacional.

Equivalencia en créditos ECTS: 5.

Código: 0828.

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.

Duración: 45 horas.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad. La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas, concretando los aspectos relevantes para su realización. Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.

La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector del comercio internacional.

La formación del módulo se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo y las competencias profesionales, personales y sociales del título.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo están relacionadas con:

- La ejecución de trabajos en equipo.
- La responsabilidad y la autoevaluación del trabajo realizado.
- La autonomía y la iniciativa personal.
- El uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

Módulo profesional: Formación y orientación laboral.

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 0829

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 han identificado los principales yacimientos de empleo y de inserción laboral para el Técnico Superior en Comercio Internacional. Se han determinado las aptitudes y actitudes requeridas para la actividad profesional relacionada con el perfil del título.
  - b) Se han identificado los itinerarios formativos-profesionales relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.
  - c) Se ha valorado la importancia de la formación permanente como factor clave para la empleabilidad y la adaptación a las exigencias del proceso productivo.
  - d) Se ha realizado la valoración de la personalidad, aspiraciones, actitudes y formación propia para la toma de decisiones.
  - e) Se han determinado las técnicas utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo.
  - f) Se han previsto las alternativas de autoempleo en los sectores profesionales relacionados con el título.
2. Aplica las estrategias del trabajo en equipo, valorando su eficacia y eficiencia para la consecución de los objetivos de la organización.

Criterios de evaluación:

- a) Se han valorado las ventajas de 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 determinado las características del equipo de trabajo eficaz frente a los equipos ineficaces.
  - d) Se ha valorado positivamente la necesaria existencia de diversidad de roles y opiniones asumidos por los miembros de un equipo.
  - e) Se ha reconocido la posible existencia de conflicto entre los miembros de un grupo como un aspecto característico de las organizaciones.
  - f) Se han identificado los tipos de conflictos y sus fuentes.
  - g) Se han determinado procedimientos para la resolución del conflicto.
3. Ejerce los derechos y cumple las obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, reconociéndolas en los diferentes contratos de trabajo.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos básicos 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 han identificado las características definitorias de los nuevos entornos de organización del trabajo.
  - g) Se ha analizado el recibo de salarios, identificando los principales elementos que lo integran.
  - h) Se han identificado las causas y efectos de la modificación, suspensión y extinción de la relación laboral.
  - 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 analizado las diferentes medidas de conflicto colectivo y los procedimientos de solución de conflictos.
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 enumerado las diversas contingencias que cubre el sistema de Seguridad Social.
  - c) Se han identificado los regímenes existentes en el sistema de la Seguridad Social.
  - d) Se han identificado las obligaciones de empresario y trabajador dentro del sistema de seguridad social.
  - e) Se han identificado en un supuesto sencillo las bases de cotización de un trabajador y las cuotas correspondientes a trabajador y empresario.
  - 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 supuestos prácticos sencillos.
  - h) Se ha realizado el cálculo de la duración y cuantía de una prestación por desempleo de nivel contributivo básico.
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 ha valorado la importancia de la cultura preventiva en todos los ámbitos y actividades de la empresa.
  - b) Se han relacionado las condiciones laborales con la salud del trabajador.
  - c) Se han clasificado los factores de riesgo en la actividad y los daños derivados de los mismos.
  - d) Se han identificado las situaciones de riesgo más habituales en los entornos de trabajo del Técnico Superior en Comercio Internacional.
  - e) Se ha determinado la evaluación de riesgos en la empresa.
  - 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 clasificado y descrito los tipos de daños profesionales, con especial referencia a accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, relacionados con el perfil profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.
6. Participa en la elaboración de un plan de prevención de riesgos en la empresa, identificando las responsabilidades de todos los agentes implicados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado los principales derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
  - b) 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.
  - c) Se han determinado las formas de representación de los trabajadores en la empresa en materia de prevención de riesgos.
  - d) Se han identificado los organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
  - e) 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.
  - f) 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.
  - g) Se ha proyectado un plan de emergencia y evacuación de una pequeña y mediana empresa.
7. Aplica las medidas de prevención y protección, analizando as situaciones de riesgo en el entorno 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.

Duración: 96 horas.

Contenidos básicos:

Búsqueda activa de empleo:

— Definición y análisis del sector profesional del título de Técnico Superior en Comercio Internacional.

– Análisis de los diferentes puestos de trabajo relacionados con el ámbito profesional del título, competencias profesionales, condiciones laborales y cualidades personales.

– Mercado laboral. Tasas de actividad, ocupación y paro.

– Políticas de empleo.

— Análisis de los intereses, aptitudes y motivaciones personales para la carrera profesional.

– Definición del objetivo profesional individual.

— Identificación de itinerarios formativos relacionados con el Técnico Superior en Comercio Internacional.

– Formación profesional inicial.

– Formación para el empleo.

— Valoración de la importancia de la formación permanente en la trayectoria laboral y profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.

— El proceso de toma de decisiones.

— El proyecto profesional individual.

— Proceso de búsqueda de empleo en el sector público. Fuentes de información y formas de acceso.

— Proceso de búsqueda de empleo en pequeñas, medianas y grandes empresas del sector. Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo.

— Métodos para encontrar trabajo.

— Análisis de ofertas de empleo y de documentos relacionados con la búsqueda de empleo.

— Análisis de los procesos de selección.

— Aplicaciones informáticas.

— Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa.

Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

— Concepto de equipo de trabajo.

– Clasificación de los equipos de trabajo.

– Etapas en la evolución de los equipos de trabajo.

– Tipos de metodologías para trabajar en equipo.

- Aplicación de técnicas para dinamizar equipos de trabajo.
  - Técnicas de dirección de equipos.
  - Valoración de las ventajas e inconvenientes del trabajo de equipo para la eficacia de la organización.
  - Equipos en el sector del comercio internacional según las funciones que desempeñan.
  - Equipos eficaces e ineficaces.
    - Similitudes y diferencias.
    - La motivación y el liderazgo en los equipos eficaces.
  - La participación en el equipo de trabajo.
    - Diferentes roles dentro del equipo.
    - La comunicación dentro del equipo.
    - Organización y desarrollo de una reunión.
  - Conflicto, características, fuentes y etapas.
    - Métodos para la resolución o supresión del conflicto.
  - El proceso de toma de decisiones en grupo.
- Contrato de trabajo:
- El derecho del trabajo.
    - Relaciones Laborales.
    - Fuentes de la relación laboral y principios de aplicación.
    - Organismos que intervienen en las relaciones laborales.
  - Análisis de la relación laboral individual.
  - Derechos y Deberes derivados de la relación laboral.
  - Modalidades de contrato de trabajo y medidas del fomento de la contratación.
  - Beneficios para los trabajadores en las nuevas organizaciones. Flexibilidad y beneficios sociales entre otros.
  - El Salario. Interpretación de la estructura salarial.
    - Salario Mínimo Interprofesional.
  - Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
  - Representación de los trabajadores/as.
    - Representación sindical y representación unitaria.
    - Competencias y garantías laborales.
    - Negociación colectiva.
  - Análisis de un convenio colectivo aplicable al ámbito profesional del Técnico Superior en Comercio Internacional.
  - Conflictos laborales.
    - Causas y medidas del conflicto colectivo, la huelga y el cierre patronal.
    - Procedimientos de resolución de conflictos laborales.

Seguridad Social, empleo y desempleo:

- 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.
- Estudio de las Prestaciones de la Seguridad Social.
- Situaciones protegibles en la protección por desempleo.

Evaluación de riesgos profesionales:

- Valoración de la relación entre trabajo y salud.
- 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.
- Riesgos específicos en el sector del comercio internacional.
- Determinación de los posibles daños a la salud del trabajador que pueden derivarse de las situaciones de riesgo detectadas.

Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

- Derechos y deberes en materia de prevención de riesgos laborales.
- Gestión de la prevención en la empresa.
- Organismos públicos relacionados con la prevención de riesgos laborales.
- Planificación de la prevención en la empresa.
- Planes de emergencia y de evacuación en entornos de trabajo.
- Elaboración de un plan de emergencia en una “pyme”.

Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

- Determinación de las medidas de prevención y protección individual y colectiva.
- Protocolo de actuación ante una situación de emergencia.
- Primeros auxilios.

Orientaciones pedagógicas.

Este módulo contiene la formación necesaria para que el alumnado pueda insertarse laboralmente y desarrollar su carrera profesional en el sector del comercio internacional.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales de este ciclo formativo que se relacionan a continuación:

- 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.

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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

a) 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.

m) 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.

n) 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.

ñ) 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.

- o) 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.
- p) 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.
- q) 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.
- r) 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.
- s) 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.

Las líneas de actuación en el proceso enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo versarán sobre:

- El manejo de las fuentes de información sobre el sistema educativo y laboral, en especial en lo referente a empresas que realicen operaciones de comercio internacional.
- La realización de pruebas de orientación y dinámicas sobre la propia personalidad y el desarrollo de las habilidades sociales.
- La preparación y realización de currículos (CVs), y entrevistas de trabajo.
- Identificación de la normativa laboral que afecta a los trabajadores del sector, manejo de los contratos más comúnmente utilizados, lectura comprensiva de los convenios colectivos de aplicación.
- La cumplimentación de recibos de salario de diferentes características y otros documentos relacionados.
- El análisis de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales debe permitir la evaluación de los riesgos derivados de las actividades desarrolladas en el sector productivo. Asimismo, dicho análisis concretará la definición de un plan de prevención para la empresa, así como las medidas necesarias que deban adoptarse para su implementación.
- La elaboración del Proyecto profesional individual, como recurso metodológico en el aula, utilizando el mismo como hilo conductor para la concreción práctica de los contenidos del módulo.
- La utilización de aplicaciones informáticas y nuevas tecnologías en el aula.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de “aprender- haciendo”, a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las oportunidades de empleo y de las relaciones laborales que se producen en su ámbito profesional.

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22.

Código: 0830.

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 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 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 en la gestión financiera de las operaciones de comercio internacional y en la gestión de los medios de pago internacionales.

Duración: 365 horas

Orientaciones pedagógicas.

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 II

Distribución horaria semanal, por cursos académicos, de los módulos profesionales del ciclo formativo correspondiente al Título de Técnico Superior en Comercio Internacional.

MÓDULOS PROFESIONALES	PRIMER CURSO		SEGUNDO CURSO	
	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES	HORAS TOTALES	HORAS SEMANALES
0622. Transporte internacional de mercancías.			168	8
0623. Gestión económica y financiera de la empresa.	192	6		
0625. Logística de almacenamiento.	128	4		
0627. Gestión administrativa del comercio internacional.			189	9
0822. Sistema de información de mercados.	96	3		
0823. Marketing internacional.			126	6
0824. Negociación internacional.	128	4		
0825. Financiación internacional.	128	4		
0826. Medios de pago internacionales.			84	4
0827. Comercio digital internacional.	64	2		
0179. Inglés.	128	4		
0828. Proyecto de comercio internacional.			45	
0829. Formación y orientación laboral.	96	3		
0830. Formación en centros de trabajo.			365	
Horas de libre configuración.			63	3
TOTALES	960	30	1040	30

## ANEXO III

Orientaciones para elegir un itinerario en la modalidad de oferta parcial para las enseñanzas correspondientes al Título de Técnico Superior en Comercio Internacional.

MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN BÁSICA O SOPORTE	RELACIÓN CON
0822. Sistema de información de mercados.	0823. Marketing internacional.
0824. Negociación internacional.	0627. Gestión administrativa del comercio internacional.
0825. Financiación internacional.	0826. Medios de pago internacionales.
MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
0627. Gestión administrativa del comercio internacional.	
0622. Transporte internacional de mercancías.	
MÓDULOS PROFESIONALES CON FORMACIÓN TRANSVERSAL	
0179. Inglés.	
0828. Proyecto de comercio internacional.	
0829. Formación y orientación laboral.	
0830. Formación en centros de trabajo.	

ANEXO IV

Espacios.

ESPACIO FORMATIVO
Aula polivalente.
Aula técnica de comercio y marketing.

## ANEXO V A)

Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de grado superior de Comercio Internacional.

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
0622. Transporte internacional de mercancías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos comerciales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesores técnicos de formación profesional.</li> </ul>
0623. Gestión económica y financiera de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y gestión comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0625. Logística de almacenamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos comerciales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesores técnicos de formación profesional.</li> </ul>
0627. Gestión administrativa del comercio internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y gestión comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0822. Sistema de información de mercados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos comerciales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesores técnicos de formación profesional.</li> </ul>
0823. Marketing internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y gestión comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0824. Negociación internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y gestión comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0825. Financiación internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y gestión comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0826. Medios de pago internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y gestión comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0827. Comercio digital internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos comerciales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesores técnicos de formación profesional.</li> </ul>

0179. Inglés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inglés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0828. Proyecto de comercio internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos comerciales.</li> <li>• Organización y gestión comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesores técnicos de formación profesional.</li> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>
0829. Formación y orientación laboral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación y orientación laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>

ANEXO V B)

Titulaciones equivalentes a efectos de docencia.

CUERPOS	ESPECIALIDADES	TITULACIONES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Catedráticos de Enseñanza Secundaria.</li> <li>• Profesores de Enseñanza Secundaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación y Orientación Laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diplomado en Ciencias Empresariales.</li> <li>- Diplomado en Relaciones Laborales.</li> <li>- Diplomado en Trabajo Social.</li> <li>- Diplomado en Educación Social.</li> <li>- Diplomado en Gestión y Administración Pública.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y gestión comercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diplomado en Ciencias Empresariales.</li> </ul>

## ANEXO V C)

Titulaciones requeridas para impartir los módulos profesionales que conforman el título para los centros de titularidad privada, de otras Administraciones distintas a la educativa y orientaciones para la Administración Educativa.

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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes.</li> <li>• Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes.</li> </ul>
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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente, u otros títulos equivalentes a efectos de docencia.</li> </ul>



ANEXO VI

Módulos profesionales del ciclo formativo de grado superior de Comercio Internacional. que pueden ser ofertados en la modalidad a distancia.

MÓDULOS PROFESIONALES QUE PUEDEN SER OFERTADOS EN LA MODALIDAD A DISTANCIA
0622. Transporte internacional de mercancías. 0623. Gestión económica y financiera de la empresa. 0625. Logística de almacenamiento. 0627. Gestión administrativa del comercio internacional. 0822. Sistema de información de mercados. 0823. Marketing internacional. 0824. Negociación internacional. 0825. Financiación internacional. 0826. Medios de pago internacionales. 0827. Comercio digital internacional. 0179. Inglés. 0828. Proyecto de comercio internacional. 0829. Formación y orientación laboral.
MÓDULOS PROFESIONALES QUE PUEDEN SER OFERTADOS EN LA MODALIDAD A DISTANCIA Y REQUIEREN ACTIVIDADES DE CARÁCTER PRESENCIAL