

Ciclo de Grado Superior Oficial Comercio Internacional





Ciclo de Grado Superior Oficial Comercio Internacional

Familia: Comercio y Marketing

Modalidad: Online

Duración: 2.000 horas

Titulación: Técnico Superior en Comercio Internacional

Acceso web: www.techtitute.com/comercio-marketing/grado-superior-fp/grado-superior-oficial-comercio-internacional

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

¿Qué aprenderé a hacer?

pág. 6

03

Salidas laborales

pág. 8

04

Plan de formación

pág. 10

05

Fase de Formación
en Empresa (FFE)

pág. 38

06

¿Dónde podré realizar
la Fase de Formación
en Empresa (FFE)?

pág. 40

07

Requisitos de Acceso

pág. 42

08

Convalidaciones

pág. 44

09

Idiomas Gratuitos

pág. 46

10

Metodología de estudio

pág. 48

11

Tutorías

pág. 58

12

Evaluación y exámenes

pág. 60

13

Titulación

pág. 62

01

Presentación

A causa de la globalización y la popularización del e-Commerce originada en la última década, cada vez más empresas han optado por expandir sus productos hacia el mercado exterior para incrementar sus beneficios. Por este motivo, existe una fuerte demanda de expertos en Comercio Internacional, capaces de acometer la gestión administrativa y de brindar una exquisita asesoría a las compañías para cumplir con la legalidad financiera propia de cada país. Es por ello que TECH ofrece este Ciclo de Grado Superior, que te permitirá obtener las destrezas más actualizadas en este campo y la titulación oficial para acceder profesionalmente a este sector. Durante 2 años de enseñanza, dominarás los mecanismos de negociación internacional o manejarás todo tipo de documentación relacionada con la comercialización exterior. Gracias a su metodología 100% en línea, alcanzarás un aprendizaje a tu medida sin la necesidad de desplazarte de tu propio domicilio.

“

Este Ciclo de Grado Superior Oficial te habilitará para crear las mejores estrategias de marketing exterior y para gestionar la documentación relacionada con el Comercio Internacional, aspecto que favorecerá tu incursión profesional en las mejores empresas de este sector”





En la actualidad, la fuerte competitividad existente en los mercados nacionales y la accesibilidad a Internet por parte de los consumidores han obligado a las empresas a distribuir sus productos en diferentes países del mundo para potenciar sus ventas. Para realizar esta actividad con la máxima eficiencia, requieren las mejores estrategias de marketing orientadas a satisfacer las necesidades de un público global, así como adaptarse a las características financieras y económicas de cada país. Así, todas estas labores son acometidas por el Técnico Superior en Comercio Internacional, por lo que sus salidas profesionales son muy amplias. Debido a esto, si tu voluntad es acceder a un sector de trabajo en constante crecimiento, este programa se adapta por completo a tus requerimientos.

Ante esta circunstancia, TECH ha apostado por ofrecer este Ciclo de Grado Superior Oficial, que te habilitará para acceder a estas innumerables oportunidades laborales a través de la obtención del título oficial. Asimismo, asimilarás una serie de habilidades que favorecerán tu incursión en empresas del más alto nivel. En este sentido, serás capaz de elaborar planes de marketing digital exterior centrados en diversos objetivos concretos o dominarás los métodos de financiación internacional más adaptados a las necesidades de cada compañía. De igual manera, adoptarás las técnicas más efectivas de negociación con proveedores y clientes de otros países.

Además, este programa se caracteriza por poseer una metodología 100% online, aspecto que te permitirá alcanzar un aprendizaje efectivo mediante la gestión de tu propio tiempo de estudio. Del mismo modo, accederás a materiales didácticos disponibles en distintos tipos de soportes textuales y multimedia, con la intención de brindarte una enseñanza adaptada a tus inquietudes académicas y tus circunstancias personales.

02

¿Qué aprenderé a hacer?

Cursando este Ciclo de Grado Superior Oficial aumentarás tus competencias y habilidades en el sector del comercio. Así, serás capaz de:

01

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

02

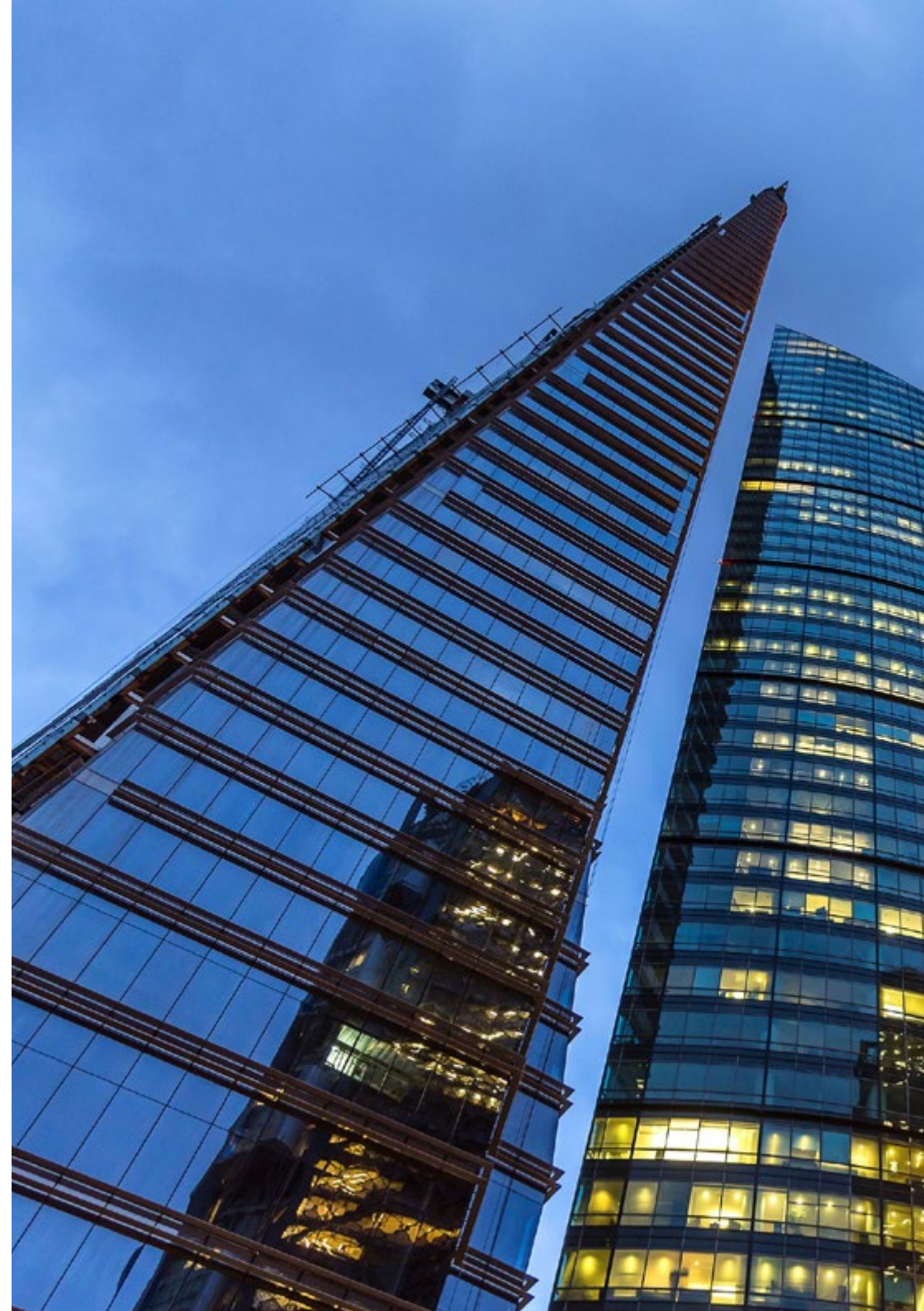
Elaborar un plan de marketing, seleccionando la información de base o *briefing* de productos y analizando las relaciones entre las distintas variables que intervienen en el marketing *mix* internacional para la entrada en mercados exteriores

03

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

04

Realizar la gestión administrativa de las operaciones de importación y exportación e introducción y de expedición de mercancías



05

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

06

Acometer las gestiones administrativas que garanticen el tránsito o transporte internacional de las mercancías y/o de viajeros entre distintos países y modos de transporte, controlando los documentos que se exigen en cada caso

07

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

08

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

03

Salidas laborales

El creciente establecimiento de lazos comerciales por parte de millones de empresas con compañías y entidades de distintos países ha propiciado que las perspectivas profesionales sean cada vez más elevadas para los Técnicos Superiores en Comercio Internacional. Debido ello, TECH otorga a sus alumnos este Ciclo de Grado Superior Oficial, con el que adquirirás las habilidades requeridas para desenvolverte en este campo con la máxima eficiencia y, así, satisfacer las demandas de las empresas de más alto prestigio. Por tanto, al finalizar esta titulación oficial, quedarás capacitado para acceder a excelentes oportunidades laborales en este sector.

“

Las destrezas adquiridas en este Ciclo de Grado Superior Oficial y el carácter oficial de la titulación garantizarán tu acceso a numerosas oportunidades laborales en el área del Comercio Internacional”



Esta titulación te permitirá acceder a numerosas oportunidades laborales realizando tareas relacionadas con la compra, la venta o el intercambio de bienes a nivel internacional, en una gran variedad de ámbitos y sectores, por lo que al finalizarla podrás desempeñarte profesionalmente en los siguientes puestos:

- ♦ Técnica / técnico en comercio exterior
- ♦ Técnica / técnico de operaciones exteriores de entidades financieras y de seguros
- ♦ Asistente o adjunto / adjunta de comercio internacional
- ♦ Agente de comercio internacional
- ♦ Técnica / técnico de marketing internacional
- ♦ Técnica / técnico de venta internacional
- ♦ Transitario / transitaria
- ♦ Consignatario / consignataria de buques
- ♦ Operador / operadora logística
- ♦ Técnica / técnico en logística del transporte
- ♦ Coordinador / coordinadora logística
- ♦ Técnica / técnico en logística inversa

Sigue estudiando...

Si al terminar el programa quieres seguir creciendo académica y profesionalmente, el título de técnico superior te dará acceso a poder seguir estudiando:

- ♦ Cursos de especialización profesional
- ♦ Master Profesional
- ♦ Programas de actualización profesional
- ♦ Otro ciclo de Formación Profesional con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos profesionales de acuerdo a la normativa vigente
- ♦ Enseñanzas Universitarias con la posibilidad de establecer convalidaciones de acuerdo con la normativa vigente



Estudiando este programa, accederás a numerosas salidas profesionales relacionadas con el Comercio Internacional, un sector que se encuentra en un constante auge”

04

Plan de formación

El temario de este Ciclo de Grado Superior está conformado por 18 módulos con los que profundizarás en todos los aspectos relacionados con la compra, la venta y el establecimiento de relaciones comerciales a nivel internacional. Los contenidos didácticos de los que dispondrás durante la duración de esta titulación están presentes en diversos formatos tales como las lecturas complementarias o el vídeo explicativo, con el objetivo de otorgarte una enseñanza que se adapte por completo a tus requerimientos estudiantiles. Asimismo, accederás a estos recursos de una forma 100% online, desde tu hogar y mediante tus dispositivos electrónicos para favorecer un aprendizaje efectivo.

“

Con una metodología 100% online y a través de contenidos didácticos disponibles en novedosos materiales textuales y multimedia, obtendrás un excelente aprendizaje en Comercio Internacional”





Módulo 1. Gestión Administrativa del Comercial Internacional (210 horas)

- 1.1. Introducción al comercio internacional
 - 1.1.1. Conceptos básicos
 - 1.1.1.1. Exportación
 - 1.1.1.2. Importación
 - 1.1.1.3. Expedición
 - 1.1.1.4. Introducción
 - 1.1.1.5. Aduana
 - 1.1.1.6. Arancel
 - 1.1.1.7. Sistema de libre comercio
 - 1.1.1.8. Unión aduanera
 - 1.1.2. Introducción al entorno económico de la compraventa internacional. Principales macromagnitudes
 - 1.1.3. Balanza de pagos. Definición y estructura
- 1.2. Organismos e instituciones relacionados con el comercio internacional
 - 1.2.1. La Organización Mundial del Comercio (OMC)
 - 1.2.2. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)
 - 1.2.3. La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)
 - 1.2.4. El Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial
 - 1.2.5. Instituciones en la Unión Europea
 - 1.2.5.1. Comisión europea
 - 1.2.5.2. Consejo de la UE
 - 1.2.5.3. Parlamento europeo
 - 1.2.5.4. Banco Central Europeo (BCE)
 - 1.2.5.5. Otros organismos e instituciones
 - 1.2.6. Marco jurídico en la Unión Europea
 - 1.2.7. Fuentes de derecho comunitario
 - 1.2.8. Derecho vinculante (reglamento, directiva y decisión) y no vinculante (dictamen y recomendación)
 - 1.2.9. Derecho aduanero

- 1.3. Fuentes y recursos de información aplicados al comercio internacional
 - 1.3.1. Clasificación de fuentes de información
 - 1.3.2. Información obtenida de aduanas (AEAT)
 - 1.3.3. Información TARIC
 - 1.3.4. ICEX España. Exportaciones e inversiones. Servicios que presta
 - 1.3.5. Consejo superior de cámaras de comercio, industria y navegación de España
 - 1.3.6. Centro de Información y Red de Creación de Empresas (CIRCE)
 - 1.3.7. Diseño, uso y mantenimiento de bases de datos de clientes y proveedores. Ejemplo
- 1.4. Documentación en el comercio internacional
 - 1.4.1. Clasificación de documentos comerciales
 - 1.4.1.1. Documentos administrativos
 - 1.4.1.2. Documentos de transporte
 - 1.4.1.3. Documentos de seguro
 - 1.4.1.4. Documentos de información
 - 1.4.1.4.1. La oferta comercial
 - 1.4.1.4.2. Factura: proforma, comercial, aduanera y consular
 - 1.4.1.4.3. Lista de bultos o contenido (Packing list)
 - 1.4.1.4.4. Certificados
 - 1.4.1.4.4.1. De origen
 - 1.4.1.4.4.2. SOIVRE
 - 1.4.1.4.4.3. Sanitarios y fitosanitarios
 - 1.4.1.4.4.4. Lista negra o boicot
 - 1.4.1.4.4.5. De inspección
- 1.5. Las barreras al comercio internacional
 - 1.5.1. Barreras técnicas. Obstáculos técnicos al comercio
 - 1.5.2. Barreras medioambientales
 - 1.5.3. Barreras cuantitativas
 - 1.5.3.1. Contingentes
 - 1.5.3.2. Cláusulas de salvaguardia
 - 1.5.3.3. Acuerdos de restricción voluntaria de las exportaciones
 - 1.5.4. Barreras fiscales
 - 1.5.5. Ámbitos de la política comercial
 - 1.5.5.1. Medidas de la política comercial de la UE
 - 1.5.5.2. La política agraria común (PAC)
- 1.6. Incoterms
 - 1.6.1. Definición
 - 1.6.2. Clasificación y uso
- 1.7. Procedimiento administrativo en comercio internacional. El origen de las mercancías
 - 1.7.1. Normativa comunitaria que regula el origen de las mercancías
 - 1.7.2. Criterios para la atribución del origen. Origen preferencial y no preferencial
 - 1.7.3. Justificación o acreditación del origen: certificados de origen para la exportación y para la importación
- 1.8. Regímenes aduaneros
 - 1.8.1. Normativa vigente aplicable. Procedimiento y documentación necesaria para su gestión
 - 1.8.1.1. Régimen de tránsito
 - 1.8.1.2. Régimen de importación temporal
 - 1.8.1.3. Régimen de perfeccionamiento activo
 - 1.8.1.4. Transformación bajo control aduanero
 - 1.8.1.5. Régimen de perfeccionamiento pasivo
 - 1.8.1.6. Depósitos aduaneros

- 1.9. El arancel de aduanas
 - 1.9.1. El sistema armonizado para la clasificación y codificación de las mercancías
 - 1.9.1.1. Tarifas
 - 1.9.1.2. Derechos autónomos y convencionales
 - 1.9.1.3. Derechos ad valorem
 - 1.9.1.4. Específicos, mixtos y compuestos
 - 1.9.2. El arancel integrado comunitario (TARIC)
 - 1.9.2.1. Estructura y contenido
 - 1.9.2.2. Clasificación y codificación de mercancías
 - 1.9.3. Medidas de política arancelaria
 - 1.9.3.1. Modificaciones permanentes
 - 1.9.3.2. Suspensiones del arancel
 - 1.9.3.3. Contingentes arancelarios
 - 1.9.3.4. Límites máximos (plafonds)
- 1.10. Valoración en aduana de las mercancías
 - 1.10.1. Concepto de valor en aduana
 - 1.10.2. Criterios para la determinación del valor en aduana de una mercancía: criterio principal (valor de transacción) y criterios secundarios
 - 1.10.3. Cálculo del valor en aduana de una mercancía
 - 1.10.4. La declaración de valor en aduana (documento DV1)
- 1.11. El sistema Intrastat
 - 1.11.1. Declaración estadística de operaciones intracomunitarias
 - 1.11.2. Sistema de estadística de intercambio de mercancías y bienes en el mercado único europeo INTRASTAT
 - 1.11.3. Tipos de declaraciones
 - 1.11.3.1. Adquisiciones intracomunitarias y expediciones intracomunitarias
 - 1.11.4. Cumplimentación y presentación de las declaraciones INTRASTAT
- 1.12. El impuesto sobre el valor añadido (IVA) y los impuestos especiales
 - 1.12.1. Tributos que se recaudan en las aduanas
 - 1.12.1.1. Derechos de importación/exportación
 - 1.12.1.2. Exacciones agrícolas
 - 1.12.1.3. Derechos antidumping y compensatorios
 - 1.12.1.4. IVA
 - 1.12.1.5. IIEE
 - 1.12.2. Los impuestos especiales en el comercio internacional. Normativa de impuestos especiales comunitaria e interna
- 1.13. Gestión aduanera de las importaciones y de las exportaciones
 - 1.13.1. Normativa legal vigente que regula el funcionamiento de las aduanas y la gestión de las operaciones de importación y exportación
 - 1.13.1.1. Código aduanero comunitario
 - 1.13.1.2. Código aduanero modernizado
 - 1.13.1.3. Disposiciones del código aduanero
 - 1.13.2. La figura del Operador Económico Autorizado (OEA)
 - 1.13.2.1. Concepto. Solicitud, requisitos y tipos de certificado OEA
 - 1.13.2.2. Ventajas, beneficios e inconvenientes
- 1.14. Destinos aduaneros
 - 1.14.1. Normativa vigente, documentación y procedimiento de gestión
 - 1.14.1.1. Reexportación de las mercancías
 - 1.14.1.2. Zonas y depósitos francos
 - 1.14.1.3. Abandono de la mercancía
 - 1.14.1.4. Destrucción bajo control aduanero
 - 1.14.1.5. Otros destinos

Módulo 2. Gestión Económica y Financiera de la Empresa (240 horas)

- 2.1. Emprendedores, empresarios y empresas y cómo funcionan
 - 2.1.1. Factores claves de los emprendedores. Iniciativa y creatividad. Formación
 - 2.1.2. Funciones básicas de la empresa
 - 2.1.3. El empresario. Requisitos
 - 2.1.4. La empresa como sistema. Los objetivos empresariales. La cultura empresarial y la imagen corporativa
 - 2.1.5. Plan de empresa: la idea de negocio. Contenido y utilidad del plan de empresa
- 2.2. Las Pymes, el entorno y el conjunto
 - 2.2.1. Análisis del entorno general y específico de una pyme
 - 2.2.1.1. Análisis del macroentorno de la empresa: factores económicos, sociales, demográficos, culturales, tecnológicos, medioambientales y políticocolegales. Otros factores
 - 2.2.1.2. Análisis del microentorno de la empresa: competencia, intermediarios, proveedores/suministradores, instituciones que regulan y/o influyen en el comercio interior. Otros factores
 - 2.2.2. Relaciones de la pyme con su entorno y con el conjunto de la sociedad. La responsabilidad social de la empresa
- 2.3. La forma jurídica de la empresa
 - 2.3.1. La empresa individual. Responsabilidad jurídica y obligaciones formales
 - 2.3.2. Sociedades civiles y comunidades de bienes: concepto, características y normativa aplicable
 - 2.3.3. Las sociedades mercantiles
 - 2.3.3.1. Tipos de sociedades: sociedades capitalistas, sociedades personalistas, otros tipos de sociedades
 - 2.3.3.2. Concepto, características, órganos de gestión y normativa aplicable a: las sociedades capitalistas (sociedad anónima y sociedad limitada), las sociedades personalistas (sociedad colectiva y sociedad comanditaria) y las sociedades laborales (anónima y limitada)
 - 2.3.3.3. Los socios: derechos, obligaciones y responsabilidad en cada tipo de sociedad mercantil
- 2.3.4. Cooperativas de trabajo asociado y cooperativas de transporte. Concepto, características y normativa aplicable
- 2.3.5. Organismos e instituciones con competencias en el ámbito de transporte
- 2.4. Establecimiento de la forma jurídica de la empresa
 - 2.4.1. Constitución y puesta en marcha de la empresa
 - 2.4.1.1. Requisitos y obligaciones formales
 - 2.4.1.2. Gastos de constitución y puesta en marcha
 - 2.4.1.3. Trámites jurídicos y administrativos
 - 2.4.2. Subvenciones oficiales y ayudas para la constitución y puesta en marcha de una empresa
 - 2.4.3. Obligaciones fiscales y laborales de la empresa
 - 2.4.4. Situaciones de insolvencia
 - 2.4.4.1. La suspensión de pagos. Efectos jurídicos
 - 2.4.4.2. La quiebra. Situaciones y consecuencias jurídicas
 - 2.4.4.3. El concurso de acreedores. Fases del proceso
- 2.5. Financiación, necesidades y fuentes
 - 2.5.1. Inversión y financiación: estructura económica y estructura financiera de la empresa
 - 2.5.2. Necesidades de inversión en la empresa
 - 2.5.3. Fuentes de financiación propia
 - 2.5.3.1. Financiación interna: aportaciones del empresario y de los socios. Recursos generados por la propia empresa
 - 2.5.4. Fuentes de financiación ajena
 - 2.5.4.1. El tipo de interés. El interés simple y el interés compuesto
 - 2.5.4.2. El interés nominal, el interés efectivo y la tasa anual equivalente (TAE). Cálculo
 - 2.5.4.3. Financiación externa: préstamos, créditos, subvenciones oficiales y ayudas financieras a la actividad de la empresa. Otras fuentes de financiación externa

- 2.6. Tipos de financiación, evaluación y manejo
 - 2.6.1. Financiación a largo plazo. Productos financieros
 - 2.6.1.1. Concepto, características, requisitos, garantías y documentación necesaria para la obtención de préstamos y empréstitos
 - 2.6.1.2. Cálculo de costes y cuotas de amortización de préstamos mediante los sistemas más utilizados: americano, de cuotas de amortización constantes y francés. Otros sistemas de cálculo
 - 2.6.1.3. Leasing y renting: concepto, características, requisitos y garantías exigidas en la contratación y cálculo de costes financieros
 - 2.6.1.4. Otras formas de financiación
 - 2.6.2. Financiación a corto plazo. Concepto y características de las siguientes fuentes
 - 2.6.2.1. Créditos comerciales y aplazamientos de pago: cálculo de costes generados
 - 2.6.2.2. Créditos bancarios: requisitos, garantías y documentación necesaria para su obtención y cálculo de costes
 - 2.6.2.3. Negociación de efectos comerciales: cálculo del descuento comercial y cálculo del efectivo resultante
 - 2.6.2.4. El factoring: costes y servicios prestados por las sociedades de factoring
 - 2.6.3. Evaluación de las diferentes alternativas de financiación
 - 2.6.4. Manejo de la hoja de cálculo, otras aplicaciones informáticas y herramientas tecnológicas para el cálculo de los costes financieros y la amortización de préstamos y otros productos financieros
- 2.7. Procesos de compra y/o alquiler de activos para la empresa 1
 - 2.7.1. Determinación de las necesidades de equipamiento e inversión
 - 2.7.2. Gestión de compras y alquiler de vehículos y suministros
 - 2.7.3. Análisis y selección de inversiones. Decisión de compra o alquiler de vehículos y otros
 - 2.7.4. Inmovilizados
 - 2.7.5. Búsqueda de proveedores y suministradores. Solicitud de ofertas y presupuestos online y offline incluyendo las condiciones de compra y de alquiler necesarias para evaluar la propuesta: cantidad, calidad, precio, descuentos, plazos de entrega, impuestos, condiciones de pago y financiación
 - 2.7.6. Análisis y evaluación de presupuestos y condiciones de compra y de alquiler recibidos
- 2.8. Proceso de compra y/o alquiler de activos para la empresa 2
 - 2.8.1. Elaboración de documentos relativos a la compra y alquiler de vehículos y otros equipamientos utilizando las herramientas informáticas adecuadas y haciendo un uso correcto del lenguaje y de vocabulario técnico especializado. Elaboración de contratos y formulación de pedidos
 - 2.8.2. Creación y mantenimiento de bases de datos de proveedores y suministradores
 - 2.8.2.1. Fichero maestro de proveedores, altas y bajas
 - 2.8.2.2. Introducción y actualización de datos
 - 2.8.3. Utilización de una aplicación informática de gestión de compras
- 2.9. Presupuestos, facturas, operaciones y fiscalidad
 - 2.9.1. Elaboración de presupuestos
 - 2.9.2. Facturación de servicios y devengo de facturas
 - 2.9.2.1. Características y requisitos legales
 - 2.9.2.2. Modelos y tipos de facturas. La factura electrónica. x Cumplimentación y expedición de facturas
 - 2.9.3. Conservación y registro de facturas de acuerdo con la normativa mercantil y fiscal vigente
 - 2.9.4. Fiscalidad de las operaciones de la empresa
 - 2.9.4.1. Impuesto sobre el valor añadido (IVA)
 - 2.9.4.2. Otros tributos
 - 2.9.5. Operaciones intracomunitarias: características y facturación de los productos y/o servicios
- 2.10. Gestiones y medios y documentos de pago y cobro
 - 2.10.1. Medios y documentos de pago y cobro. Conceptos y normativa aplicable a los siguientes medios
 - 2.10.1.1. Cheque: tipos, contenido, emisión, gestión de pago y gestión de cobro, costes y riesgos
 - 2.10.1.2. Transferencia bancaria: procedimiento operativo, costes y riesgos
 - 2.10.1.3. Recibo normalizado: contenido
 - 2.10.1.4. Letra de cambio: contenido, emisión, gestión de pago y gestión de cobro, costes, riesgos y negociación

- 2.10.1.5. Tarjeta de crédito: diferencias con la tarjeta de débito, costes, riesgos y operativa de uso
- 2.10.1.6. Pagaré: contenido, emisión, gestión de pago y gestión de cobro
- 2.10.1.7. Otros medios y documentos de pago y cobro
- 2.10.2. Gestión de los impagos de clientes según la normativa vigente
- 2.10.3. Creación y mantenimiento de bases de datos de clientes
- 2.10.4. Manejo de una aplicación informática de facturación
- 2.11. Obligaciones contables y fiscales
 - 2.11.1. Obligaciones contables de la empresa. Normativa mercantil y fiscal
 - 2.11.2. El patrimonio de la empresa. El activo, el pasivo y el patrimonio neto
 - 2.11.3. Las cuentas. Terminología. Estructura. Tipos
 - 2.11.4. Los libros contables y de registro
 - 2.11.5. El Plan General Contable para las pymes
 - 2.11.5.1. Estructura
 - 2.11.5.2. Principios contables
 - 2.11.5.3. Criterios de valoración de los elementos patrimoniales
 - 2.11.5.4. Normas de registro y valoración
 - 2.11.6. El ciclo contable
 - 2.11.6.1. Apertura del ejercicio contable
 - 2.11.6.2. Anotaciones contables
 - 2.11.6.3. Balances de sumas y saldos
 - 2.11.6.4. Amortizaciones y ajustes
 - 2.11.6.5. Regularización de existencias
 - 2.11.6.6. Cierre del ejercicio
 - 2.11.7. Las cuentas anuales
 - 2.11.7.1. Cuenta de pérdidas y ganancias
 - 2.11.7.2. Balance de situación
 - 2.11.7.3. Estado de cambios en el patrimonio neto
 - 2.11.7.4. Memoria
 - 2.11.7.5. Elaboración de las cuentas anuales
- 2.12. Impuestos y resultado del ejercicio
 - 2.12.1. El resultado del ejercicio. Resultado contable y resultado fiscal
 - 2.12.2. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)
 - 2.12.2.1. Sujeto pasivo
 - 2.12.2.2. Rendimientos sujetos y gastos deducibles
 - 2.12.2.3. Base imponible
 - 2.12.2.4. Gestión y liquidación del impuesto
 - 2.12.3. El Impuesto de Sociedades
 - 2.12.3.1. Sujeto pasivo
 - 2.12.3.2. Base imponible y base liquidable
 - 2.12.3.3. Gestión y liquidación del impuesto
 - 2.12.4. El Impuesto sobre el Valor Añadido
 - 2.12.4.1. Operaciones gravadas y operaciones exentas
 - 2.12.4.2. Sujeto pasivo
 - 2.12.4.3. Base imponible
 - 2.12.4.4. Tipos de gravamen
 - 2.12.4.5. Gestión y liquidación del impuesto
 - 2.12.5. El Impuesto de Circulación de Vehículos
 - 2.12.6. Los Impuestos sobre determinados vehículos, peajes, tasas y cánones por la utilización de determinadas infraestructuras
 - 2.12.7. Manejo de una aplicación informática de contabilidad financiera para el registro contable y para la elaboración de las cuentas anuales
- 2.13. La rentabilidad de la empresa
 - 2.13.1. Interpretación y análisis de la información contable y económico financiera de la empresa aplicable a la gestión empresarial
 - 2.13.2. El punto muerto o umbral de rentabilidad
 - 2.13.3. Evaluación de inversiones y cálculo de la rentabilidad
 - 2.13.3.1. Cálculo del valor de adquisición, vida útil, valor actual, valor de reposición y valor residual de los elementos de inmovilizado
 - 2.13.3.2. Concepto, determinación y análisis del resultado: valor actual neto, tasa interna de rendimiento y tasa de retorno

- 2.14. El estado financiero de la empresa
 - 2.14.1. Período medio de maduración
 - 2.14.2. Análisis e interpretación de los resultados
 - 2.14.3. Análisis de estados financieros de la empresa
 - 2.14.3.1. El balance de situación: equilibrios patrimoniales entre inversiones y recursos financieros
 - 2.14.3.2. La cuenta de pérdidas y ganancias
 - 2.14.3.3. El estado de cambios en el patrimonio neto
 - 2.14.3.4. Los flujos de tesorería o cash flow. Cálculo
 - 2.14.3.5. La memoria
 - 2.14.4. Ratios económicos y financieros
 - 2.14.4.1. Principales ratios financieros: de liquidez, de tesorería, de solvencia, de autonomía financiera y de endeudamiento o apalancamiento financiero
 - 2.14.4.2. Análisis económico. Ratios de rentabilidad y eficiencia: rentabilidad del inmovilizado, rentabilidad de las ventas y rentabilidad financiera, otros
 - 2.14.5. Utilización de la hoja de cálculo, otras aplicaciones informáticas o herramientas tecnológicas para el cálculo de ratios y para el análisis económico financiero de la empresa

Módulo 3. Logística de Almacenamiento (140 horas)

- 3.1. La hoja de cálculo en el almacén
 - 3.1.1. Introducción y edición de datos
 - 3.1.2. Formato de celdas, filas, columnas, páginas y hojas
 - 3.1.3. Operaciones básicas con hojas de cálculo y fórmulas
 - 3.1.4. Tratamiento de datos
 - 3.1.5. Representación gráfica de datos
 - 3.1.6. Impresión
- 3.2. Normativa específica del almacenaje
 - 3.2.1. Marco legal del contrato de depósito
 - 3.2.1.1. Concepto y naturaleza
 - 3.2.1.2. Clases de contrato de depósito

- 3.2.1.3. Elementos, forma, prueba y derechos
 - 3.2.1.4. Obligaciones de las partes
 - 3.2.2. Marco legal de la actividad de almacenaje-distribución
 - 3.2.2.1. Definición, funciones y modalidades
 - 3.2.2.2. Condiciones de acceso a la profesión de almacenista-distribuidor
 - 3.2.3. Normativa específica para mercancías especiales: peligrosas y perecederas entre otras
 - 3.2.3.1. Condiciones de almacenaje
 - 3.2.3.2. Envasado, carga y descarga
 - 3.2.4. Regímenes de almacenamiento en el comercio internacional
 - 3.2.4.1. Normativa, definiciones y requisitos
 - 3.2.4.1.1. Las zonas y depósitos francos
 - 3.2.4.1.2. Depósitos aduaneros
 - 3.2.4.1.3. Almacenes de depósito temporal
 - 3.2.4.2. Almacenes y depósitos fiscales y otros locales autorizados de mercancías de exportación
- 3.3. Organización del proceso de almacén
 - 3.3.1. Logística, concepto y objetivos
 - 3.3.2. El almacén definición y funciones
 - 3.3.3. Organización de los almacenes en empresas de fabricación, distribución y servicios
 - 3.3.3.1. Actividades logísticas en estas empresas, ubicación de la función logística dentro de ellas
 - 3.3.4. Tipos de almacenes. Análisis de los tipos de sistemas de almacenaje: ventajas y desventajas
 - 3.3.4.1. Diseño del almacén: localización, factores a tener en cuenta
 - 3.3.4.2. Modelos para la elección de la ubicación
 - 3.3.4.3. Diseño del edificio y zonas externas
 - 3.3.4.4. Distribución interior o "lay out"
 - 3.3.4.5. Zonas del almacén

- 3.3.5. Organización de actividades y flujos de mercancías en el almacén
 - 3.3.5.1. Flujo administrativo de documentos, y justificantes de carácter externo e interno
- 3.3.6. Recepción de mercancías
 - 3.3.6.1. Acondicionamiento y almacenaje
 - 3.3.6.2. Etiquetado y codificación
 - 3.3.6.3. El código de barras
- 3.3.7. Almacenamiento de materiales. Instalaciones y formas de almacenamiento
- 3.3.8. Manipulación de mercancías. Medios de manipulación móviles y fijos
- 3.4. Preparación de pedidos y distribución
 - 3.4.1. Preparación de pedidos y distribución
 - 3.4.1.1. Conceptos básicos en la preparación de pedidos
 - 3.4.1.2. Operaciones de la preparación de pedidos
 - 3.4.1.3. Condicionantes específicos de los pedidos
 - 3.4.1.4. Extracción y selección de mercancías
 - 3.4.1.5. Orden de picking, preparación del envío y traslado a la zona de expediciones
 - 3.4.2. El Cross Docking
 - 3.4.3. Sistemas modulares. Unidades de carga: palé y contenedores
 - 3.4.4. Sistemas de seguimiento de las mercancías
 - 3.4.4.1. Terminales de radio-frecuencia, codificación y lectores de barras entre otros
 - 3.4.4.2. Terminales portátiles y sistemas de reconocimiento de voz
 - 3.4.5. Gestión del embalaje
 - 3.4.5.1. Concepto, funciones y clasificación
 - 3.4.5.2. Principales materiales de embalaje
 - 3.4.5.3. Criterios de selección de embalajes
 - 3.4.5.4. Normas técnicas y legales
 - 3.4.5.5. Etiquetado y señalización
 - 3.4.6. Normativa de seguridad e higiene en almacenes, instalaciones generales y específicas
- 3.5. Identificación de desviaciones presupuestarias
 - 3.5.1. Costes de almacenamiento: variables que intervienen en su cálculo
 - 3.5.2. Coste de adquisición
 - 3.5.3. Coste por unidad almacenada
 - 3.5.4. La hoja de cálculo como herramienta de procesamiento de los datos
- 3.6. Gestión de stocks
 - 3.6.1. Las existencias, concepto, funciones y tipos
 - 3.6.2. Criterios de valoración de las existencias en el almacén
 - 3.6.3. Objetivos de la gestión de stocks, factores que intervienen
 - 3.6.4. Nivel de stock; stock óptimo y stock de seguridad
 - 3.6.5. La rotación de existencias y el período medio de maduración
 - 3.6.6. Clasificación ABC de las existencias
 - 3.6.7. Control económico
 - 3.6.8. Control de incidencias
 - 3.6.9. El ciclo del pedido del cliente
 - 3.6.10. Software general que integre todos los aspectos del almacén utilizando procesador de texto, hoja de cálculo, base de datos y cronogramas entre otros
 - 3.6.11. Programas específicos de gestión de almacenes y existencias; gestión de muelles, gestión de almacenes, gestión de aprovisionamientos, gestión de existencias y elaboración de etiquetas entre otros
 - 3.6.11.1. Programas de gestión de compras/almacén/ventas: gestión de artículos, gestión de almacén, gestión de fabricación y gestión de ventas entre otros
- 3.7. Gestión de las operaciones sujetas a la logística inversa
 - 3.7.1. Actividades de la logística inversa
 - 3.7.2. Devoluciones
 - 3.7.3. Costes afectos a las devoluciones
 - 3.7.4. Reutilización de unidades y equipos de carga
 - 3.7.4.1. Contenedores y embalajes reutilizables

- 3.8. Supervisión de los procesos realizados en el almacén
 - 3.8.1. Sistemas de calidad en el almacén
 - 3.8.1.1. Indicadores de calidad
 - 3.8.1.2. Herramientas de análisis y mejora de la calidad
 - 3.8.2. Aplicaciones de sistemas de seguridad para personas y mercancías
 - 3.8.3. Planes de formación inicial y continua en el equipo de trabajo del almacén
 - 3.8.3.1. Objetivos y métodos de formación
 - 3.8.3.2. Evaluación de planes de formación
 - 3.8.4. Nuevas tecnologías aplicadas a la automatización e informatización de los procesos o subprocesos del almacén

Módulo 4. Transporte Internacional de Mercancía (210 horas)

- 4.1. Determinación de los distintos modos y medios de transporte
 - 4.1.1. El transporte Internacional de Mercancías
 - 4.1.1.1. Aspectos Generales
 - 4.1.1.2. Importancia del transporte en el comercio internacional
 - 4.1.1.3. Transporte y logística
 - 4.1.2. Transporte por carretera
 - 4.1.2.1. Marco normativo
 - 4.1.2.1.1. Convenios Internacionales
 - 4.1.2.2. Características y Clases. Limitaciones
 - 4.1.2.3. Unidades de carga. Consolidación o Grupaje
 - 4.1.2.4. Canales de comercialización
 - 4.1.2.4.1. Operadores de Transporte. Normativa
 - 4.1.2.5. Acceso al Mercado de Transporte
 - 4.1.2.5.1. Autorizaciones Bilaterales y Multilaterales
 - 4.1.2.6. Contrato de Transporte Internacional de Mercancías
 - 4.1.2.6.1. Carta de Porte. Características y Formalización
 - 4.1.2.7. El Régimen TIR (Transport International Routier)

- 4.1.3. Transporte ferroviario
 - 4.1.3.1. Marco normativo. Convenios
 - 4.1.3.2. Aspectos técnicos. Limitaciones
 - 4.1.3.3. Formas de explotación y comercialización
 - 4.1.3.3.1. Empresas y operadores ferroviarios
 - 4.1.3.4. Conexiones con otros medios
- 4.2. Medios de transporte marítimo y fluvial
 - 4.2.1. Transporte marítimo
 - 4.2.1.1. Marco normativo
 - 4.2.1.1.1. Convenios Internacionales
 - 4.2.1.2. El buque
 - 4.2.1.2.1. Tipos
 - 4.2.1.2.2. Cargas
 - 4.2.1.2.3. Gestión Portuaria
 - 4.2.1.3. Elementos personales y reales
 - 4.2.1.4. El mercado de transporte marítimo
 - 4.2.1.4.1. Canales de comercialización
 - 4.2.1.4.2. Servicios marítimos
 - 4.2.1.4.3. Línea regular
 - 4.2.1.4.4. Régimen de fletamentos
 - 4.2.1.5. Costes y tarifas
 - 4.2.1.5.1. Cotizaciones
 - 4.2.1.5.2. Flete marítimo
 - 4.2.1.5.3. Contrato de transporte marítimo
 - 4.2.1.5.4. El conocimiento de embarque o "Bill of Lading". Características y Formalización
 - 4.2.2. Transporte fluvial
 - 4.2.2.1. Marco normativo
 - 4.2.2.2. Zonas navegables
 - 4.2.2.2.1. Clasificación de naves

- 4.3. Transporte aéreo
 - 4.3.1. Transporte aéreo
 - 4.3.1.1. Marco normativo
 - 4.3.1.1.1. Convenios Internacionales
 - 4.3.1.2. Variables del transporte
 - 4.3.1.2.1. Características y limitaciones
 - 4.3.1.3. Organismos nacionales e internacionales
 - 4.3.1.4. Los aeropuertos
 - 4.3.1.4.1. Gestión. T
 - 4.3.1.4.2. Terminales y Centros de carga aérea
 - 4.3.1.5. Dispositivos unitarios de carga
 - 4.3.1.5.1. ULD (Unit Load Device). Tipos
 - 4.3.1.6. Estructura de mercado
 - 4.3.1.6.1. Canales de comercialización
 - 4.3.1.6.2. El agente de carga aérea IATA
 - 4.3.1.6.3. Características. Funciones
 - 4.3.1.7. Cotizaciones
 - 4.3.1.7.1. Costes y tarifas
 - 4.3.1.8. El Contrato de Transporte Internacional aéreo de Mercancías
 - 4.3.1.8.1. El conocimiento de Embarque Aéreo o AWB
 - 4.3.1.8.2. Características y Formalización
 - 4.3.1.8.3. El House y el Master
 - 4.4. Transporte mercancías peligrosas. Normativa de calidad
 - 4.4.1. Mercancías peligrosas, perecederas y animales vivos
 - 4.4.1.1. Marco normativo
 - 4.4.1.1.1. Marítimo
 - 4.4.1.1.2. Terrestre
 - 4.4.1.1.3. Ferrocarril
 - 4.4.1.1.4. Reglamentación internacional para el transporte sin riesgo de mercancía peligrosa por vía aérea
 - 4.4.1.2. Autorizaciones y documentos
- 4.4.2. Normas UNE de la calidad de la gestión del transporte público
 - 4.4.2.1. Modelos: Sistema de Gestión
 - 4.4.2.1.1. Sistemas de gestión de calidad según ISO
 - 4.4.2.1.2. Modelos de excelencia
- 4.4.3. Organismos públicos y empresas públicas del transporte
 - 4.4.3.1. Nacionales e internacionales. Organismos no gubernamentales
- 4.5. Selección de los modos y medios de transporte y de las rutas óptimas (I)
 - 4.5.1. Combinación de diferentes modos de transporte
 - 4.5.1.1. Puntos operativos estratégicos, puntos de intercambio
 - 4.5.2. Tipología de empresas y servicios
 - 4.5.3. Transporte multimodal
 - 4.5.4. Marco normativo. Convenio de Ginebra
 - 4.5.4.1. Aspectos Técnicos. Unidades de transporte multimodal (UTI)
 - 4.5.4.2. Gestión comercial. El operador de transporte multimodal
 - 4.5.5. Contratación y responsabilidades
 - 4.5.6. Sistemas o combinaciones
 - 4.5.6.1. Carretera-Marítimo
 - 4.5.6.2. Carretera-aéreo
 - 4.5.6.3. Carretera-ferrocarril
 - 4.5.6.4. Marítimo-ferrocarril
 - 4.5.7. Los hubs o plataformas logísticas. Características
 - 4.5.7.1. Hinterland. Zonas o Áreas de Actividades Logísticas (ZAL)
 - 4.5.7.2. Plataformas con uno o con más de un modo de transporte
- 4.6. Selección de los modos y medios de transporte y de las rutas óptimas (II)
 - 4.6.1. Corredores Logísticos
 - 4.6.1.1. Corredores Intermodales y Puentes Terrestres
 - 4.6.2. Operadores Logísticos
 - 4.6.2.1. Ventajas

- 4.6.3. Puntos físicos de origen y destino
 - 4.6.3.1. Puertos
 - 4.6.3.2. Aeropuertos
 - 4.6.3.3. Centros de Carga Terrestre
- 4.6.4. Terminales de carga y puntos de frontera
- 4.6.5. Características de carga
 - 4.6.5.1. Carga útil, riesgo, tiempo, exigencias de medio de transporte y de contrato
- 4.6.6. Operativa de carga
 - 4.6.6.1. Trasbordo, tránsito y consolidación
- 4.6.7. Planificación y distribución de cargas
- 4.6.8. Selección de rutas
 - 4.6.8.1. Optimización. Confección, métodos de selección de rutas
- 4.6.9. Evaluación de alternativas
- 4.7. Clases de contratos de transporte
 - 4.7.1. Contrato de transporte. Aspectos generales
 - 4.7.1.1. El Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación de transporte de mercancía
 - 4.7.1.2. Finalidad, elementos del contrato y obligaciones de las partes
 - 4.7.2. El contrato de transporte por carretera, ferrocarril, marítimo, aéreo y multimodal
 - 4.7.2.1. Ámbito de aplicación
 - 4.7.2.2. Subcontratación del transporte
 - 4.7.3. Clases de contrato según el medio de transporte utilizado:
 - 4.7.3.1. Carta de porte Terrestre
 - 4.7.3.2. Conocimiento de Embarque marítimo, Bill of Lading.(B/L)
 - 4.7.3.3. Póliza de Fletamento
 - 4.7.3.4. Conocimiento de embarque aéreo, Air Waybill (AWB)
 - 4.7.3.5. Carta de porte por ferrocarril, (CIM)
 - 4.7.3.6. Conocimiento de embarque multimodal,Fiata Bill of Lading. (FBL)
 - 4.7.3.7. FIATA Transport Multimodal Waybill,(FWB)
 - 4.7.3.8. Documentación de operaciones de transporte de mercancías especiales
- 4.8. Elementos en la cumplimentación del contrato de transporte
 - 4.8.1. Sistemas de responsabilidad
 - 4.8.1.1. Transferencia de riesgos
 - 4.8.2. Daños resarcibles
 - 4.8.2.1. Clases daños
 - 4.8.2.2. Evaluación
 - 4.8.2.3. Limitaciones
 - 4.8.3. Los sujetos del contrato de transporte: expedidor cargador, transportista, y destinatario o consignatario
 - 4.8.3.1. Definición y diferenciación entre las distintas figuras
 - 4.8.4. Agentes en el transporte internacional: agentes transitarios, agentes de aduanas, agentes marítimos, corredores marítimos (shipbroker), corresponsales y delegados
 - 4.8.5. Técnicas y tarifas de transporte
 - 4.8.5.1. Componentes
 - 4.8.6. Costes: cálculo y control
 - 4.8.6.1. Costes fijos y variables
 - 4.8.7. Transferencia de riesgos
 - 4.8.7.1. Cámara de Comercio Internacional (ICC)
 - 4.8.8. Términos internacionales de comercio
 - 4.8.9. Finalidad y clasificación de los incoterms
- 4.9. Elementos que garantizan la integridad y el tránsito de las mercancías
 - 4.9.1. Integridad física de mercancías
 - 4.9.1.1. Unidades de transporte y embalajes
 - 4.9.1.2. Obligatoriedad del embalaje. La importancia de la preparación de la mercancía
 - 4.9.1.3. Recomendaciones para la carga general, carga marítima, carga aérea
 - 4.9.2. Riesgos de la fase del transporte
 - 4.9.3. Protección física de mercancías y tipos de embalaje: las UTI, el palet y el contenedor

- 4.9.4. Normativa sobre la consolidación y la compatibilidad de productos
 - 4.9.4.1. Normas de segregación de las mercancías
- 4.9.5. Manipulación y estiba de mercancías
 - 4.9.5.1. Objetivos
 - 4.9.5.2. Coeficientes de estiba
- 4.9.6. Marcas
 - 4.9.6.1. Códigos de barras
 - 4.9.6.2. Organismos de normalización
 - 4.9.6.3. Normas Internacionales de marcado ISO
- 4.9.7. Embalajes internacionales
- 4.9.8. Importancia para la exportación
- 4.10. Formalización y gestión de la documentación de las operaciones de transporte internacional
 - 4.10.1. Documentación de operaciones de transporte según el modo elegido
 - 4.10.1.1. Carta de porte Terrestre
 - 4.10.1.2. Cuaderno TIR
 - 4.10.1.3. Conocimiento de Embarque marítimo
 - 4.10.1.4. Póliza de Fletamento
 - 4.10.1.5. Conocimiento de embarque aéreo
 - 4.10.1.6. Carta de porte por ferrocarril
 - 4.10.2. Conocimiento de embarque multimodal
- 4.11. Documentación de las mercancías especiales. Glosario de términos en la documentación del transporte
 - 4.11.1. Documentación de operaciones de transporte de mercancías especiales
 - 4.11.2. Declaración del cargador de mercancías
 - 4.11.3. Organismos de inspección
 - 4.11.4. Glosario de terminología en inglés utilizado en la documentación
- 4.12. Secuenciación de las fases del transporte
 - 4.12.1. Sistemas de información y comunicación
 - 4.12.1.1. Sistemas de intercambio de información: Fax, correo postal, correo electrónico. Identificación por radiofrecuencia e intercambio electrónico de datos (EDI). Conexiones inalámbricas (bluetooth, Wi-Fi, GPS). PDA (Asistente Digital Personal)
 - 4.12.2. Puntos de verificación de la mercancía y trazabilidad
 - 4.12.2.1. Trazabilidad interna y externa
 - 4.12.2.2. Ventajas
 - 4.12.2.3. Aplicaciones
 - 4.12.2.4. Identificación del producto
 - 4.12.2.5. Lectores
 - 4.12.2.6. Códigos de barras
 - 4.12.3. Variaciones producidas en la ruta
 - 4.12.4. Indicadores de calidad y medidas correctoras
 - 4.12.4.1. Certificaciones de calidad o medioambientales
 - 4.12.5. Sistemas de control
- 4.13. Tramitación del seguro de las mercancías durante el transporte
 - 4.13.1. Protección jurídica de las mercancías
 - 4.13.2. Marco legal
 - 4.13.3. El contrato de seguro
 - 4.13.3.1. Características esenciales: elementos del contrato, responsabilidad de cada parte y efectos del Contrato
 - 4.13.4. Tipos de pólizas de seguro según la modalidad de transporte
 - 4.13.4.1. El seguro en el transporte marítimo, terrestre, aéreo, multimodal
 - 4.13.5. Pólizas y cláusulas más importantes
 - 4.13.6. Pólizas Ship & Goods del Lloyd's

- 4.14. Selección y contratación de la póliza en transporte internacional
 - 4.14.1. Selección de la póliza más adecuada en función de las condiciones del contrato de compraventa y los incoterms
 - 4.14.2. Identificación de los riesgos asegurables y necesidades de cobertura
 - 4.14.3. Procedimiento de gestión y contratación de la póliza
 - 4.14.3.1. Documentación
 - 4.14.4. Actuación en caso de incidencia o siniestro
 - 4.14.5. Utilización de las herramientas informáticas para la gestión de seguros

Módulo 5. Módulo profesional optativo I (50 horas)

Módulo 6. Inglés Profesional para Grado Superior (50 horas)

- 6.1. Introduction to transnational commercial law
 - 6.1.1. The definition of outsourcing, offshoring, and subcontracting
 - 6.1.2. Important Commercial law terms
 - 6.1.3. The difference between international, transnational, global, and multinational
 - 6.1.4. Develop a outsourcing strategy. - Definition of UNCITRAL and UNIDROIT. - Definition of Ambassador, Interpol, and Security Council. - International Commercial law terms, collocations, and idioms
 - 6.1.5. Vocabulary related to International Commercial Law
- 6.2. Business correspondence
 - 6.2.1. Letter of inquiry
 - 6.2.2. Letter of reply or quotation
 - 6.2.3. Order letter
 - 6.2.4. Shipping letter
 - 6.2.5. Letter of receipt

- 6.2.6. Letter of remittance
 - 6.2.7. Adjustment correspondence
 - 6.2.8. Letter of complaint
 - 6.2.9. Letters of explanation (adjustment)
 - 6.2.10. Letter of justification
- 6.3. General terminology on commercial companies
 - 6.3.1. In this lesson, you will learn
 - 6.3.2. General legal terminology of commercial companies
 - 6.3.3. Types of companies
 - 6.3.4. The hierarchy
 - 6.3.5. Commercial companies vs. Legal companies. - Organizational divisions of a company. - Types of employees
 - 6.3.6. General vocabulary for commercial enterprises
- 6.4. Forms of work and multicultural companies
 - 6.4.1. In this lesson we will learn about
 - 6.4.2. Reading text on Cultural behaviour in Business
 - 6.4.3. Reading text on what is company culture?
- 6.5. Materials and suppliers
 - 6.5.1. In this lesson we will learn about
 - 6.5.2. Ten Mock Scenarios in different business settings
 - 6.5.3. Five complimentary reading texts/audios
- 6.6. Addressing and resolving complex and detailed issues and complaints
 - 6.6.1. Modal verbs to talk about possibility and probability
 - 6.6.2. Modals verbs to advise and suggest

Módulo 7. Itinerario personal para la empleabilidad I (100 horas)

- 7.1. Evaluación de riesgos laborales
 - 7.1.1. La evaluación de riesgos en la empresa como elemento básico de la actividad preventiva
 - 7.1.2. Los riesgos generales
 - 7.1.3. Los riesgos específicos
- 7.2. Planificación de la prevención de riesgos en la empresa
 - 7.2.1. El Plan de prevención de riesgos laborales
 - 7.2.1.1. Evaluación de riesgos
 - 7.2.1.2. Organización y planificación de la prevención en la empresa
 - 7.2.2. Elementos básicos de la gestión de la prevención en la empresa
 - 7.2.3. Medidas de prevención y protección
- 7.3. Primeros auxilios
 - 7.3.1. El botiquín de primeros auxilios
 - 7.3.1.1. Situación y elementos básicos
 - 7.3.1.2. Revisión y reposición
 - 7.3.2. Tratamiento básico de las lesiones y traumatismos más frecuentes
 - 7.3.2.1. Identificación, clasificación y actuación básica en lesiones: heridas, hemorragias, quemaduras e intoxicaciones
 - 7.3.2.2. Identificación y actuación básica en traumatismos: torácicos, craneoencefálicos, de la columna vertebral, síndrome de aplastamiento, politraumatizados, esguinces, contusiones, luxaciones y fracturas
 - 7.3.3. Técnicas de inmovilización y transporte
 - 7.3.3.1. Evaluación de la necesidad de traslado del accidentado o enfermo repentino
 - 7.3.3.2. Aplicación de técnicas de inmovilización y transporte con medios convencionales o inespecíficos
 - 7.3.3.3. Posición lateral de seguridad
 - 7.3.3.4. Posiciones de espera y traslado, según lesión o enfermedad repentina
 - 7.3.3.5. Confección de camillas con medios convencionales o inespecíficos
 - 7.3.4. Identificación de las técnicas que no son de su competencia por corresponder a otros profesionales
- 7.4. Contratos de trabajo
 - 7.4.1. Análisis y requisitos de la relación laboral individual
 - 7.4.2. Derechos y deberes derivados de la relación laboral
 - 7.4.3. El contrato de trabajo y modalidades de contrato de trabajo
 - 7.4.4. La nómina. Condiciones económicas establecidas en el convenio colectivo aplicable al sector del título
 - 7.4.5. Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo: Causas y efectos
 - 7.4.6. Medidas establecidas por la legislación vigente para la conciliación de la vida laboral y familiar
- 7.5. Seguridad social, empleo y desempleo
 - 7.5.1. Estructura del Sistema de la Seguridad Social: Modalidades y regímenes de la Seguridad Social
 - 7.5.2. Principales obligaciones de empresarios y trabajadores en materia de Seguridad Social: Afiliación, altas, bajas y cotización
 - 7.5.3. Acción protectora de la Seguridad Social: Introducción sobre contingencias, prestaciones económicas y servicio
- 7.6. Orientación profesional y empleo
 - 7.6.1. Normativa reguladora del ciclo formativo
 - 7.6.2. Importancia de la formación constante y permanente
 - 7.6.3. Opciones profesionales: Definición y análisis del sector profesional del título del ciclo formativo
 - 7.6.4. Empleadores en el sector
 - 7.6.5. Técnicas e instrumentos de búsqueda de empleo y selección de personal
 - 7.6.6. Oportunidades de aprendizaje y empleo en Europa
- 7.7. Habilidades de búsqueda activa de empleo
 - 7.7.1. Habilidades de búsqueda activa de empleo
 - 7.7.1.1. Recursos e instrumentos de búsqueda de empleo
 - 7.7.1.2. Canales y vías de búsqueda de empleo
 - 7.7.1.3. El proceso de selección
 - 7.7.2. Creación de ambientes positivos en el ámbito laboral

Módulo 8. Comercio Digital Internacional (55 horas)

- 8.1. Relación de tareas básicas para la utilización de Internet
 - 8.1.1. Internet. Características, origen y evolución
 - 8.1.2. La World Wide Web
 - 8.1.2.1. Hipertexto
 - 8.1.2.2. Página web, sitio web y portal
 - 8.1.2.3. Estándares de WWW, URL, HTML, http y https. Otros estándares
 - 8.1.3. Funcionamiento: servidores y clientes
 - 8.1.3.1. Protocolo TCP/IP. Direcciones IP
 - 8.1.3.2. Dominios de la red: nombres de dominios y servidores de dominio
 - 8.1.3.3. Proveedores de servicios de Internet
 - 8.1.4. Modos de acceso a Internet y configuración del acceso para diferentes tipos de redes: cableadas, inalámbricas, de telefonía móvil. Otros modos de acceso
 - 8.1.5. Las intranets y las extranets. Características y ventajas de utilización
 - 8.1.6. El navegador web
 - 8.1.6.1. Elementos principales de la ventana del navegador
 - 8.1.6.2. Funcionamiento y uso
 - 8.1.6.3. Navegadores más utilizados
 - 8.1.7. Búsqueda de información nacional e internacional en la red
 - 8.1.8. Los buscadores web
 - 8.1.8.1. Características y funcionalidades
 - 8.1.8.2. Motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores
 - 8.1.8.3. Principales buscadores del mercado actual
 - 8.1.8.4. Técnicas de búsqueda. Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, los servicios adicionales y las herramientas específicas
- 8.2. Gestión de diversos servicios en Internet
 - 8.2.1. Correo electrónico. Generalidades. Componentes y su funcionamiento
 - 8.2.1.1. Direcciones de correo electrónico. Elementos y características
 - 8.2.1.2. Estructura de los mensajes. Elementos de la cabecera y del cuerpo del mensaje
 - 8.2.2. Correo web y correo POP3. Ventajas e inconvenientes
 - 8.2.3. El correo web
 - 8.2.3.1. Creación y configuración de una cuenta. Reglas
 - 8.2.3.2. Las funciones básicas de leer, responder y enviar
 - 8.2.3.3. Organización, clasificación y búsqueda de mensajes
 - 8.2.4. Correo POP3. Clientes de correo más utilizados. Su utilización
 - 8.2.4.1. Configuración del cliente de correo. Reglas
 - 8.2.4.2. Gestión y mantenimiento de mensajes: envío, recepción, clasificación y búsquedas
 - 8.2.5. Correo no deseado
 - 8.2.6. Listas de distribución
 - 8.2.7. Transferencia de archivos a través de Internet. Su utilización
 - 8.2.8. Servidores FTP y FTPS. Características y funcionamiento
 - 8.2.9. Carga y descarga de archivos a través de un cliente de FTP: navegadores web o aplicaciones específicas
 - 8.2.10. Redes P2P (peer to peer). Aplicaciones más utilizadas
 - 8.2.11. Los foros internacionales. Leer y escribir en un foro. Normas de uso
 - 8.2.12. Los grupos de discusión internacionales
 - 8.2.13. Weblogs, blogs o bitácoras
 - 8.2.14. Redes sociales internacionales. Características de las principales redes sociales
 - 8.2.15. Redes sociales internacionales para empresas. Tipos de cuentas. Gestión de los distintos tipos de cuentas
 - 8.2.16. Características y elementos de una página. Añadir elementos a una página de una red social internacional
 - 8.2.17. Comprar y vender en redes sociales internacionales
 - 8.2.18. Otros servicios de Internet: mensajería instantánea, noticias, vozIP, de audio y vídeo. Otros servicios

- 8.3. Realización de facturas electrónicas internacionales y otras tare administrativas
 - 8.3.1. Factura electrónica. Aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal
 - 8.3.2. Programas de facturación electrónica. Aplicaciones gratuitas y de pago
 - 8.3.3. Seguridad: Firma electrónica reconocida. Autoridades certificadoras
 - 8.3.4. Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, ministerios con atribuciones en comercio internacional y páginas de los servicios de hacienda sobre aduanas
 - 8.3.5. Instituciones que tienen que ver con el comercio internacional: Organización
 - 8.3.6. Mundial del Comercio (OMC), Unión Europea, Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y cámaras de comercio entre otras. Información, servicios y trámites a través de Internet
 - 8.3.7. Seguridad en Internet
 - 8.3.7.1. Amenazas: virus informáticos, suplantación de identidad (pishing), espías (spyware), correo no deseado (spam). Otras amenazas
 - 8.3.7.2. Recomendaciones frente a amenazas: Actualizaciones automáticas, los programas antivirus, cortafuegos, proxys, antiespías y antispam. Otras recomendaciones
- 8.4. Elaboración del plan de marketing digital internacional
 - 8.4.1. Desarrollo del plan de marketing digital internacional. Similitudes y diferencias con el plan de marketing tradicional
 - 8.4.2. Herramientas estratégicas de marketing digital
 - 8.4.2.1. Estrategia de cartera: Cross marketing. Políticas de captación: proceso de creación de una marca
 - 8.4.2.2. Estrategia de segmentación: Marketing one-to-one
 - 8.4.2.3. Estrategia de de fidelización: Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM). Características específicas del cliente online internacional
 - 8.4.3. Planes de acción de marketing digital. Acciones de comunicación
 - 8.4.3.1. Promoción online y offline de la web exportadora
 - 8.4.3.2. Herramientas de posicionamiento en buscadores internacionales: e-mailmarketing, márketing en buscadores (SEM), optimización para motores de búsqueda (SEO) y campañas en páginas afines
 - 8.4.3.3. Marketing viral
 - 8.4.4. Evaluación del rendimiento del Plan de Marketing. Análisis de estadísticas y medición de resultados
 - 8.4.5. Planes de acción de marketing digital. Acciones de distribución: Marketing internacional de afiliación
 - 8.4.6. Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros
 - 8.4.7. Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros
- 8.5. Definición de la política de comercio electrónico internacional de una empresa
 - 8.5.1. Diseño de una tienda virtual internacional
 - 8.5.2. Modelos de negocio digital. Portales horizontales, B2B, B2C. Otros modelos
 - 8.5.3. Selección del nombre de dominio. Registro de dominios. Renovación de dominios Transferencia de dominios. Conocer el dueño de un dominio
 - 8.5.4. Escaparate web. Catálogo electrónico
 - 8.5.5. Control logístico de las mercancías vendidas online
 - 8.5.6. La reclamación como instrumento de fidelización del cliente
 - 8.5.7. La importancia financiera de la reclamación
 - 8.5.8. Medios internacionales de pago electrónico y pagos en línea. Tarjetas de crédito, tarjetas de débito, Dinero electrónico, tarjetas inteligentes, tarjetas pre-pago, PayPal, entre otros
 - 8.5.9. Periodo de reflexión y cancelaciones
 - 8.5.10. Seguridad en las transacciones electrónicas. Criptografía y cifrado (encriptación) Conceptos básicos
 - 8.5.10.1. Cifrado de clave compartida o simétrica. Cifrado de clave única
 - 8.5.10.2. Cifrado de clave pública o asimétrica
 - 8.5.11. Firma digital. Certificados digitales. Obtención, uso y renovación
 - 8.5.12. DNI electrónico
 - 8.5.13. Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction Otros negocios

Módulo 9. Financiación Internacional (170 horas)

- 9.1. Organización de la información y documentación relativa a las operaciones de financiación internacional
 - 9.1.1. Organismos y entidades que proporcionan información relacionada con la financiación de las operaciones de comercio internacional: Secretaría de Estado de Comercio, ICEX, Instituto de Crédito Oficial (ICO), Cámaras de comercio e instituciones financieras
 - 9.1.1.1. Obtención de información a través de la página web de los distintos organismos
 - 9.1.1.2. Elaboración de una base de datos de los organismos que facilitan apoyo financiero, ayuda o subvenciones a la exportación y venta internacional
 - 9.1.1.3. Elaboración y mantenimiento de bases de datos de clientes y proveedores potenciales
 - 9.2. Análisis del funcionamiento del mercado de divisas
 - 9.2.1. El sistema financiero internacional. Instituciones y normativa reguladora
 - 9.2.2. Organismos financieros internacionales: Banco Mundial, Bancos de Desarrollo
 - 9.2.3. Regional, Fondo Monetario Internacional
 - 9.2.4. Estructura del mercado de divisas o mercado FOREX
 - 9.2.4.1. Organismos y entidades que participan en el mercado de divisas
 - 9.2.4.2. Normativa reguladora del mercado
 - 9.2.4.3. Características del mercado y clases
 - 9.2.5. Funcionamiento del mercado de divisas
 - 9.2.5.1. La divisa. Convertible y no convertible: Convertibilidad externa e interna
 - 9.2.5.2. La oferta y la demanda de divisas
 - 9.2.5.3. El precio o tipo de cambio. Tipos de compra y de venta
 - 9.2.5.4. Formas de expresar el tipo de cambio: Cambio directo e indirecto
 - 9.2.5.5. Variables que influyen en la fluctuación del tipo de cambio de una divisa
 - 9.2.5.6. Sistemas de tipo de cambio
 - 9.2.5.7. Código ISO de las divisas
 - 9.2.5.8. Fecha valor de una divisa
 - 9.2.5.9. Variables que influyen en la fluctuación del tipo de cambio de una divisa
 - 9.2.5.10. Tipo de cambio y tipo de interés de una divisa
 - 9.2.6. Tipo de transacciones en el mercado FOREX. Operaciones al contado, "spot" y operaciones a plazo, "forward"
 - 9.2.7. Futuros en divisas
 - 9.2.8. El sistema monetario europeo. La Unión Monetaria
 - 9.2.9. Instituciones monetarias europeas: Banco Central Europeo. Sistema Europeo de Bancos Centrales. Banco Europeo de Inversiones
 - 9.2.10. Los euromercados o mercados internacionales de capitales
 - 9.2.10.1. Concepto, características y estructura
 - 9.2.10.2. Tipos de operaciones
- 9.3. Gestión y cobertura del riesgo de cambio y del riesgo de interés en las operaciones de importación y exportación
 - 9.3.1. Los riesgos financieros en el comercio internacional: Concepto, clasificación e instrumentos de cobertura
 - 9.3.2. El riesgo de cambio de una divisa. Factores de riesgo
 - 9.3.3. Cobertura del riesgo de cambio. Estrategias de gestión del riesgo
 - 9.3.4. Instrumentos de cobertura del riesgo de cambio
 - 9.3.4.1. Contrato forward o seguro de cambio importador y exportador. Incumplimientos en el seguro de cambio y liquidaciones que originan
 - 9.3.4.2. Opción de compra y opción de venta de divisas. Coste de la opción
 - 9.3.4.3. Análisis comparativo entre contratos forward y opciones en divisas
 - 9.3.5. Mecanismos de cobertura del riesgo de interés
 - 9.3.5.1. Convenios de tipos de interés futuros (FRA's)
 - 9.3.5.2. Swap's de tipo de interés
 - 9.3.5.3. Acuerdos CAP's, FLOOR's o COLLAR's
 - 9.3.5.4. Opciones y futuros de tipos de interés
 - 9.3.6. Cálculo de los costes financieros de cobertura del riesgo de cambio y del riesgo de interés, utilizando la aplicación informática adecuada

- 9.4. Determinación de la financiación adecuada de las operaciones de compraventa internacional y cálculo de costes financieros y riesgos
 - 9.4.1. Financiación de las importaciones y compras internacionales
 - 9.4.1.1. Fuentes, modalidades y alternativas de financiación
 - 9.4.1.2. Coste financiero y riesgos de las diferentes alternativas
 - 9.4.2. Financiación de las exportaciones, ventas y proyectos internacionales
 - 9.4.2.1. Fuentes de financiación, modalidades y alternativas
 - 9.4.2.2. Prefinanciación y postfinanciación de exportaciones
 - 9.4.2.3. Coste financiero y riesgos de las diferentes alternativas
 - 9.4.3. Sistemas especiales de financiación de las exportaciones y proyectos internacionales: factoring "con recurso" y "sin recurso", forfaiting, leasing, y financiación de proyectos (project finance)
 - 9.4.4. Cálculo de los costes financieros y de las cuotas de amortización de préstamos en moneda extranjera, elaborando el cuadro de amortización del préstamo, leasing u otro, mediante la hoja de cálculo, y analizando la repercusión económica producida por diferencias en el tipo de cambio
- 9.5. Selección de la cobertura adecuada de los posibles riesgos en las operaciones de compra-venta internacional 1
 - 9.5.1. Riesgos comerciales en las operaciones de comercio internacional. Concepto, clasificación e instrumentos de cobertura
 - 9.5.2. Riesgos políticos o extraordinarios. Concepto, e instrumentos de cobertura
 - 9.5.3. El contrato de seguro de crédito a la exportación
 - 9.5.4. La Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE). Riesgos que cubre por cuenta del Estado y por cuenta propia
 - 9.5.5. Modalidades de pólizas para ventas-exportaciones a corto plazo
 - 9.5.6. Tipos de pólizas para ventas internacionales a medio y largo plazo
 - 9.5.7. Proceso de contratación del seguro de crédito
 - 9.5.8. Procedimiento de declaración de siniestros e indemnización por daños
 - 9.5.9. SN: 0212-033X. Gestión del crédito con apoyo oficial a la exportación
 - 9.5.10. Concepto y modalidades
- 9.5.11. Marco legal: el consenso OCDE
 - 9.5.11.1. Objetivo y estatus jurídico
 - 9.5.11.2. Control del cumplimiento de las normas y ámbito de aplicación
 - 9.5.11.3. Normas para la financiación en términos comerciales y para la concesional
- 9.5.12. Fuentes de financiación de las exportaciones con apoyo oficial
- 9.5.13. Organismos que intervienen: Ministerio de Economía y Competitividad, ICO, CESCE, COFIDES otros
- 9.6. Selección de la cobertura adecuada de los posibles riesgos en las operaciones de compra-venta internacional 2
 - 9.6.1. Crédito suministrador-exportador nacional. Operativa
 - 9.6.2. Crédito comprador extranjero: crédito individual o línea de crédito. Operativa
 - 9.6.2.1. Características y modalidades
 - 9.6.2.2. Exportaciones financiadas
 - 9.6.3. Requisitos y condiciones básicas del crédito con apoyo oficial
 - 9.6.4. El Convenio de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI). Procedimiento de cálculo
 - 9.6.4.1. Características y marco legal
 - 9.6.4.2. Créditos que se benefician del CARI, criterios para la concesión y conceptos e importes financiados
 - 9.6.4.3. Condiciones financieras y tramitación
 - 9.6.5. Financiación concesional: Créditos del Fondo de Ayuda al Desarrollo (créditos FAD)
 - 9.6.5.1. Objetivo, marco legal y modalidades
 - 9.6.5.2. Gestión y destinatarios de los créditos FAD
 - 9.6.5.3. Operaciones y sectores financiados
 - 9.6.5.4. Procedimiento de concesión, importes financiados y tramitación
 - 9.6.6. Financiación concesional de estudios de viabilidad de proyectos: Fondo de estudios de viabilidad (FEV)
- 9.7. Elaboración de la documentación necesaria para participar en licitaciones y concursos internacionales
 - 9.7.1. Normas y reglamentos de licitación del Banco Mundial y otros organismos internacionales que la regulan
 - 9.7.2. Instituciones y organismos convocantes de proyectos. Objetivos

- 9.7.3. Procedimiento de adjudicación de proyectos. Fases del proceso
 - 9.7.3.1. Fase previa
 - 9.7.3.2. Fase preparatoria
 - 9.7.3.3. Negociación y contratación
 - 9.7.3.4. Ejecución
- 9.7.4. Documentación que hay que presentar en un concurso o licitación
 - 9.7.4.1. Documentación técnica
 - 9.7.4.2. Documentación administrativa
- 9.7.5. Fianzas y garantías. Modalidades y aplicación en el comercio internacional. Participación de las empresas españolas en proyectos internacionales
- 9.8. Glosario de términos en inglés de carácter financiero y económico
 - 9.8.1. Relacionados con el mercado de divisas
 - 9.8.2. Relacionados con operaciones comerciales internacionales

Módulo 10. Marketing Internacional (145 horas)

- 10.1. La internalización de la empresa
 - 10.1.1. Motivos, obstáculos y etapas del proceso de internacionalización de la empresa
 - 10.1.2. Concepto de marketing. Marketing internacional
- 10.2. Análisis del entorno de la empresa y de la situación. Análisis Interno y externo
 - 10.2.1. Valoración del entorno del marketing internacional: entorno macroeconómico y demográfico, cultural y social, tecnológico, entorno político y entorno legal
 - 10.2.2. Análisis de la empresa y su entorno específico
 - 10.2.2.1. Análisis de la industria y sector específico
 - 10.2.2.2. Análisis de la competencia directa
 - 10.2.2.3. Análisis DAFO de la empresa en el mercado objeto de estudio
 - 10.2.2.4. La ventaja competitiva de la empresa y sus productos en el mercado internacional
- 10.3. Selección de la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior
 - 10.3.1. Alternativas para operar en mercados internacionales
 - 10.3.1.1. Modos de operación directos: venta directa o exportación, agentes comerciales internacionales, importador-distribuidor, subsidiaria comercial, consorcio de exportación, filial de producción y sucursales
 - 10.3.1.2. Modos de operación indirectos: compañías de importación-exportación, trading companies
 - 10.3.1.3. Modos de operación mixtos: piggyback, transferencia de tecnología
 - 10.3.1.4. Licencias internacionales, franquicias internacionales, joint-ventures
 - 10.3.1.5. Alianzas internacionales, contratos de gestión, fabricación por contrata y otros acuerdos internacionales
- 10.4. Factores de la política de productos y decisión sobre el producto internacional
 - 10.4.1. Factores de la política de productos
 - 10.4.1.1. Concepto y atributos del producto internacional
 - 10.4.1.2. Características de los mercados internacionales y el diseño del producto
 - 10.4.1.3. Dimensiones de un producto o servicio: línea, familia, marca
 - 10.4.1.4. Etapas del ciclo de vida del producto
 - 10.4.2. Decisiones sobre el producto internacional
 - 10.4.2.1. Análisis DAFO del producto
 - 10.4.2.2. Posicionamiento del producto
 - 10.4.2.3. Estrategias del producto internacional: estandarización y adaptación
 - 10.4.2.4. Creación de nuevos productos
 - 10.4.2.5. Asignación de marcas a los productos
 - 10.4.2.6. La cartera internacional de productos
- 10.5. Lanzamiento de producto: marketing-mix y el informe de oportunidades
 - 10.5.1. El marketing-mix
 - 10.5.1.1. Relaciones causales de las variables de marketing mix
 - 10.5.1.2. El marketing on-line internacional
 - 10.5.2. Informe sobre oportunidades de lanzamiento de un producto

- 10.6. Diseño de políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior 1
 - 10.6.1. Variables determinantes del precio del producto para la exportación: costes, incoterms, divisas, tipo de cambio, márgenes, demanda y competencia
 - 10.6.2. Fuentes de información sobre los precios de la competencia
 - 10.6.3. Informe comparativo de precios
 - 10.6.4. Cálculo del precio del producto para la exportación, a partir del escandallo de costes, utilizando diferentes incoterms
 - 10.6.5. Métodos de fijación de precios
 - 10.6.5.1. A partir del coste
 - 10.6.5.2. Basados en la competencia
 - 10.6.5.3. Basados en la demanda de mercado
- 10.7. Diseño de políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior 2
 - 10.7.1. Políticas de precios en mercados exteriores
 - 10.7.1.1. Descremación
 - 10.7.1.2. Penetración
 - 10.7.2. Estrategias de precios
 - 10.7.2.1. Precios por transferencia
 - 10.7.2.2. Asignación de precios estándar
 - 10.7.2.3. Asignación de precios por mercados individuales
 - 10.7.3. Tendencia de los precios: el contracomercio
- 10.8. La distribución en mercados exteriores
 - 10.8.1. Coste de distribución en mercados exteriores
 - 10.8.2. Tipos de canales de distribución en mercados exteriores
 - 10.8.3. Selección del canal de distribución
 - 10.8.4. Red de ventas exterior, propia, ajena o mixta
 - 10.8.5. Clasificación de los productos asociada a la forma de distribución de los mismos
 - 10.8.6. Informe sobre las alternativas de distribución de los productos de una empresa
- 10.9. Determinación de las acciones de comunicación comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior
 - 10.9.1. Campaña de comunicación comercial internacional
 - 10.9.1.1. Herramientas de comunicación
 - 10.9.1.2. Objetivos y elementos de la comunicación comercial con clientes internacionales
 - 10.9.1.3. Medios, soportes y formas de comunicación comercial a través de la práctica comercial internacional
 - 10.9.1.4. Técnicas psicológicas en el diseño de una acción de comunicación comercial
 - 10.9.1.5. Medios de promoción, contenido y forma del mensaje promocional
 - 10.9.1.6. Métodos para la asignación de recursos financieros y presupuesto de una campaña de comunicación internacional
 - 10.9.2. Instrumentos de comunicación internacional
 - 10.9.2.1. Ferias y eventos internacionales. Objetivos y criterios para la asistencia a ferias y eventos internacionales
 - 10.9.2.2. Publicidad
 - 10.9.2.3. Promoción
 - 10.9.2.4. Comunicación online. Plan de marketing online para el lanzamiento y difusión de nuevos productos
- 10.10. Elaboración de un plan de marketing comercial
 - 10.10.1. La planificación de marketing. Finalidad y objetivos
 - 10.10.2. Estrategias del plan de marketing del producto o servicio, a partir de la información disponible en el SIM sobre los distintos mercados
 - 10.10.3. El briefing del plan de marketing internacional: estructura y elementos
 - 10.10.4. Presupuesto. Recursos financieros, humanos y de tiempo
 - 10.10.5. Ejecución y control del plan de marketing
 - 10.10.6. Análisis estadístico de un plan de marketing internacional convenientemente caracterizado
 - 10.10.7. El inglés y otros idiomas extranjeros como herramienta fundamental en la aplicación del marketing internacional
 - 10.10.7.1. Glosario de términos
 - 10.10.7.2. Manejo de materiales y documentación impresa y digital

Módulo 11. Medios de Pago Internacionales (140 horas)

- 11.1. Identificación de la normativa reguladora de los medios de pago internacionales
 - 11.1.1. Ley uniforme de Ginebra sobre el cheque
 - 11.1.2. Ley uniforme de Ginebra sobre la letra de cambio y el pagaré a la orden
 - 11.1.3. Normativa de ámbito nacional reguladora de la letra de cambio y el cheque
 - 11.1.4. Reglas uniformes para el cobro del papel comercial de la CCI (Cámara de Comercio Internacional)
 - 11.1.5. Reglas y usos uniformes sobre los créditos documentarios de la CCI
- 11.2. Caracterización de los medios de cobro y pago internacionales 1
 - 11.2.1. El crédito documentario
 - 11.2.2. Concepto, normativa reguladora y fases de la operación
 - 11.2.3. Examen de documentos: principales causas de reservas y presentación electrónica
 - 11.2.4. Clasificación de los créditos documentarios
 - 11.2.5. Diferencias entre crédito documentario y garantía bancaria
 - 11.2.6. Costes de la operación
 - 11.2.7. La remesa simple y documentaria
 - 11.2.7.1. Concepto y normativa reguladora
 - 11.2.7.2. Remesa documentaria “contra aceptación” y “contra pago”
 - 11.2.7.3. Tramitación de la operación
 - 11.2.8. La orden de pago simple y documentaria
 - 11.2.8.1. Concepto y normativa reguladora
 - 11.2.8.2. Orden de pago directa e indirecta
- 11.3. Caracterización de los medios de cobro y pago internacionales 2
 - 11.3.1. El cheque personal y el cheque bancario
 - 11.3.1.1. Concepto y normativa reguladora
 - 11.3.1.2. Esquema operativo
 - 11.3.1.3. Aspectos formales
 - 11.3.2. El factoring de exportación
 - 11.3.2.1. Concepto y modalidades del contrato
 - 11.3.2.2. Coste de la operación
 - 11.3.2.3. Ventajas derivadas de su utilización en operaciones de exportación
 - 11.3.3. Cuentas bancarias en el exterior
 - 11.3.3.1. Normativa de control de cambios aplicable
 - 11.3.4. Glosario de términos en inglés relacionados con medios de pago internacionales
 - 11.3.5. Cumplimentación en inglés de impresos de apertura de créditos documentarios
- 11.4. Análisis de las garantías y avales internacionales
 - 11.4.1. Los riesgos en el comercio internacional: políticos y comerciales
 - 11.4.2. Concepto y características de garantías y avales internacionales
 - 11.4.3. Modalidades de las garantías
 - 11.4.4. Modalidades de avales
 - 11.4.5. Normativa de la Cámara de Comercio Internacional sobre garantías y avales
- 11.5. Documentos comerciales, financieros y de transporte y seguro
 - 11.5.1. Documentos comerciales. Clasificación y requisitos formales
 - 11.5.2. Documentos financieros. Clasificación y requisitos formales. Normativa vigente
 - 11.5.3. Documentos de transporte y seguro. Clasificación y requisitos formales. Normativa y acuerdos internacionales vigentes
- 11.6. Certificados para operaciones de cobro o pago y protesto de efectos comerciales impagados
 - 11.6.1. Certificados exigidos para la tramitación de la operación de cobro o pago. Modalidades y requisitos
 - 11.6.2. Protesto de efectos comerciales impagados. Concepto y normativa reguladora
 - 11.6.3. Procedimiento
- 11.7. Identificación de los medios de cobro y a través de Internet y otros sistemas digitales
 - 11.7.1. Herramientas informáticas para la confección y análisis de medios de pago internacionales
 - 11.7.2. Herramientas y sistemas de pago propios de Internet. Problemas potenciales de seguridad y protocolos para el envío seguro de información
 - 11.7.3. Los certificados digitales y la firma electrónica. Aplicación en las relaciones comerciales internacionales
 - 11.7.4. Sistemas de intercambio de datos. Principales sistemas electrónicos de transmisión de datos en el comercio internacional

Módulo 12. Negociación Internacional (140 horas)

- 12.1. Selección de clientes y proveedores potenciales
 - 12.1.1. Organismos e instrumentos promocionales de apoyo a la exportación
 - 12.1.2. Factores de riesgo internos en las operaciones comerciales internacionales: cliente y proveedor
 - 12.1.3. Factores de riesgo externos en las operaciones comerciales internacionales: coyuntura y mercado
 - 12.1.4. Licitaciones y concursos internacionales. Pliegos de condiciones y ofertas comerciales
 - 12.1.5. Búsqueda y selección de proveedores, clientes, agentes e intermediarios
 - 12.1.5.1. Establecimiento de las condiciones comerciales que deben cumplir
 - 12.1.5.2. Identificación, valoración y selección de candidatos
 - 12.1.5.3. Elaboración de informes de los seleccionados en soportes informáticos
 - 12.1.5.4. Utilización de bases de datos y aplicaciones de gestión de relaciones con clientes, proveedores, agentes o intermediarios
- 12.2. Establecimiento del proceso de comunicación en las relaciones internacionales
 - 12.2.1. Fuentes de información sobre comercio internacional
 - 12.2.2. Medios y sistemas de comunicación internacionales. Teléfono, comunicación online, correo convencional, correo electrónico, nuevas tecnologías de información y comunicación: características de cada uno
 - 12.2.3. La comunicación verbal
 - 12.2.3.1. Técnicas de comunicación
 - 12.2.3.2. La comunicación presencial, telefónica o con soporte en otras tecnologías
 - 12.2.4. La comunicación no verbal
 - 12.2.4.1. El lenguaje corporal
 - 12.2.4.2. La comunicación escrita: elaboración de documentos escritos
 - 12.2.5. La entrevista comercial
 - 12.2.5.1. Planificación
 - 12.2.5.2. Desarrollo
 - 12.2.6. Protocolo internacional
 - 12.2.6.1. Concepto y utilidad
 - 12.2.6.2. Identificación de las principales normas de comunicación verbal y no verbal de diferentes culturas
 - 12.2.7. Correcta utilización del lenguaje y uso de vocabulario técnico especializado
 - 12.2.8. Glosario de términos en otros idiomas
- 12.3. Negociación internacional: preparación, margen y desarrollo
 - 12.3.1. Preparación de la negociación internacional
 - 12.3.1.1. Factores que condicionan la oferta o la demanda de productos o la prestación de servicios
 - 12.3.1.2. Programación de las etapas del proceso de negociación
 - 12.3.2. El margen de la negociación
 - 12.3.3. Desarrollo de la negociación internacional
 - 12.3.3.1. Técnicas de negociación internacional
 - 12.3.4. Elementos culturales y estilos nacionales de negociación comercial en diferentes países: anglosajón, francés, alemán, nipón, chino, norteamericano, hispano-americano, árabe, otros
- 12.4. Etapas del proceso de negociación internacional, consolidación y éxito
 - 12.4.1. Etapas del proceso de negociación
 - 12.4.1.1. Toma de contacto
 - 12.4.1.2. Preparación
 - 12.4.1.3. Encuentro
 - 12.4.1.4. Intercambio de propuestas y concesiones
 - 12.4.1.5. Cierre
 - 12.4.2. Consolidación de la negociación internacional
 - 12.4.3. Factores de éxito en una negociación internacional
 - 12.4.3.1. Utilización de procesadores de texto y manejo de programas de presentaciones gráficas

- 12.5. Interpretación de la normativa y usos habituales que regulan la contratación internacional
 - 12.5.1. Regulación de la compraventa internacional
 - 12.5.2. Instrumentos de armonización: Lex Mercatum
 - 12.5.3. Reglas de la Cámara de Comercio Internacional
 - 12.5.4. Los incoterms
 - 12.5.4.1. Concepto y utilidad
 - 12.5.4.2. Categorías
 - 12.5.4.3. Condiciones y obligaciones de cada uno
 - 12.5.5. El arbitraje internacional
 - 12.5.5.1. Concepto, características y procedimiento
 - 12.5.5.2. Cláusulas
- 12.6. Elaboración de contratos internacionales
 - 12.6.1. El contrato de compraventa internacional. Concepto y elementos. Estructura. Modalidades
 - 12.6.2. Los contratos de intermediación comercial. Concepto y elementos
 - 12.6.3. Los contratos de cooperación empresarial. Tipos y características de cada uno
 - 12.6.4. El contrato de suministro. Concepto y elementos
 - 12.6.5. Los contratos de prestación de servicios y resultado. Concepto y elementos
 - 12.6.6. Contratación mediante concursos o licitaciones internacionales. Características reguladoras
 - 12.6.7. Usos habituales en los modelos de contratación internacional
- 12.7. Planificación del desarrollo y control de los acuerdos contractuales internacionales
 - 12.7.1. Organización de operaciones de compraventa internacional
 - 12.7.2. Técnicas de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas
 - 12.7.3. Técnicas de motivación de agentes comerciales, distribuidores y proveedores internacionales
 - 12.7.4. Ratios de control de operaciones internacionales
 - 12.7.5. Control de calidad de operaciones internacionales
 - 12.7.6. Sistemas de información y control de incidencias en operaciones de control internacional

Módulo 13. Sistema de Información de Mercados (80 horas)

- 13.1. Análisis de las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización
 - 13.1.1. El mercado. Elementos que lo conforman. Funcionamiento
 - 13.1.2. Estructura del mercado: mercado actual y mercado potencial
 - 13.1.3. Límites del mercado
 - 13.1.4. Clasificación de los mercados atendiendo a distintos criterios
 - 13.1.5. Variables no controlables del sistema comercial: el mercado y el entorno. Microentorno y macroentorno
 - 13.1.6. Análisis de las variables del macroentorno. Elementos propios del macroentorno internacional
 - 13.1.7. Análisis de los factores del microentorno. Elementos del microentorno propios del comercio internacional: el cliente internacional, los intermediarios en el comercio internacional y otros elementos del microentorno internacional
 - 13.1.8. Instituciones nacionales e internacionales que influyen en los mercados
 - 13.1.9. Estudio de las necesidades y del comportamiento del consumidor
 - 13.1.10. El proceso de compra del consumidor. Fases y variables que intervienen
 - 13.1.11. El proceso de compra del comprador industrial. Fases y variables que intervienen
 - 13.1.12. Segmentación de mercados: objetivos y criterios de segmentación. La segmentación internacional
 - 13.1.13. Aplicación de la segmentación en el diseño de estrategias comerciales
 - 13.1.14. El posicionamiento del producto y de la empresa en el mercado
- 13.2. Configuración de un sistema de información de marketing (SIM)
 - 13.2.1. La necesidad de información para la toma de decisiones en la empresa
 - 13.2.2. Tipos de información: según su naturaleza, su origen y su disponibilidad
 - 13.2.3. El sistema de información de marketing (SIM). Características y finalidad
 - 13.2.4. Estructura del SIM. Subsistemas que lo integran y tipos de datos
 - 13.2.5. La investigación comercial. Concepto y finalidad
 - 13.2.6. Aplicaciones de la investigación comercial
 - 13.2.7. El proceso metodológico de la investigación comercial. Fases del proceso
 - 13.2.8. Aspectos éticos de la investigación comercial. El código CCI/ESOMAR
 - 13.2.9. Asociaciones profesionales nacionales e internacionales en el ámbito del marketing, la investigación de mercados y los estudios de opinión

- 13.3. Diseño de planes de trabajo para la obtención de información
 - 13.3.1. Identificación y definición del problema u oportunidad para investigar
 - 13.3.2. Determinación de los objetivos de la investigación
 - 13.3.3. Tipos investigación: estudios exploratorios, descriptivos y experimentales
 - 13.3.4. Diseño y elaboración del plan de la investigación comercial. Características específicas de la investigación comercial de mercados internacionales
 - 13.3.5. Presupuesto y costes de la investigación comercial
 - 13.3.6. Fuentes de información: internas y externas, primarias y secundarias
 - 13.3.7. Métodos y técnicas de obtención de información secundaria. Fuentes de información secundaria para mercados internacionales
 - 13.3.8. Métodos y técnicas de obtención de información primaria
 - 13.3.9. Técnicas de investigación cualitativa: entrevista en profundidad, dinámica de grupos, observación y otras
 - 13.3.10. Técnicas de investigación cuantitativa: encuestas, paneles (de consumidores, de detallistas y de audiencias), observación y experimentación
 - 13.3.11. El cuestionario. Metodología para su diseño
 - 13.3.12. Elementos y estructura del cuestionario
 - 13.3.12.1. Normas a seguir en la redacción de los ítems
 - 13.3.12.2. Tipos de preguntas: según el formato de respuesta (abiertas, cerradas y mixtas) y según la información facilitada (introdutorias, filtro, de control y de clasificación)
 - 13.3.12.3. Tipos de escalas: escalas no métricas (nominales y ordinales), escalas métricas (intervalo y ratio) y escalas múltiples (Likert y de diferencial semántico)
 - 13.3.12.4. Estructura y secuencia del cuestionario
- 13.4. Determinación de las características y tamaño de la muestra
 - 13.4.1. Conceptos básicos de muestreo: población, universo, marco muestral, unidades muestrales y muestra
 - 13.4.2. Muestreos aleatorios o probabilísticos: aleatorio simple, sistemático, estratificado, por conglomerados, por áreas y por ruta aleatoria
 - 13.4.3. Muestreos no probabilísticos: de conveniencia, por juicios, por cuotas y bola de nieve
 - 13.4.4. Errores muestrales y no muestrales
 - 13.4.5. Factores que influyen en el tamaño de la muestra. Error de muestreo y nivel de confianza
 - 13.4.6. Cálculo del tamaño de la muestra
 - 13.4.7. Técnicas de inferencia estadística
 - 13.4.7.1. Cálculo del error de muestreo
 - 13.4.7.2. Técnicas de análisis probabilístico. Estimación puntual y por intervalos
 - 13.4.7.3. Contraste de hipótesis
- 13.5. El trabajo de campo en la investigación de mercados internacionales
 - 13.5.1. Elaboración del plan de trabajo de campo. Fases del proceso
 - 13.5.2. 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)
 - 13.5.3. Programación del trabajo de campo
 - 13.5.4. Organización del trabajo de campo
 - 13.5.5. Determinación de la metodología de recogida de información más apropiada para el país estudiado
 - 13.5.6. Colaboración con las organizaciones involucradas en la investigación en el país objeto de estudio
 - 13.5.7. Traducción del cuestionario
 - 13.5.8. Elaboración de la hoja de ruta de cada entrevistador
 - 13.5.9. 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
- 13.6. Realización del tratamiento y análisis de los datos
 - 13.6.1. Organización y tabulación de datos. Representación gráfica de los datos
 - 13.6.2. Análisis univariable, bivariable y multivariable de datos
 - 13.6.3. Técnicas de análisis univariable y bivariable
 - 13.6.3.1. Medidas de posición o tendencia central (media, mediana y moda)
 - 13.6.3.2. Medidas de dispersión (varianza y desviación típica, recorridos y rango)
 - 13.6.3.3. Medidas de forma de la distribución (asimetría y kurtosis)

- 13.6.4. Técnicas de análisis multivariable. Regresión lineal y correlación simple. Ajuste de curvas
- 13.6.5. Números índices
- 13.6.6. Series temporales. Estimación de tendencias
- 13.6.7. Aplicaciones informáticas para el tratamiento y análisis de la información: hojas de cálculo y bases de datos
- 13.6.8. Elaboración de informes comerciales con los resultados del análisis y las conclusiones de la investigación y estudio estadístico de los datos. Presentación del informe comercial. Utilización de aplicaciones informáticas para la elaboración y presentación del informe

Módulo 14. Itinerario personal para la empleabilidad II (70 horas)

- 14.1. Optimizando la Empleabilidad
 - 14.1.1. Las habilidades sociolaborales
 - 14.1.2. Habilidades de autonomía personal para la inserción sociolaboral
 - 14.1.3. Conocimiento del entorno social y la comunidad
 - 14.1.4. Gestión y organización del tiempo
 - 14.1.5. Autogobierno
 - 14.1.6. Habilidades sociales para la inserción sociolaboral
 - 14.1.7. Habilidades básicas de interacción social
 - 14.1.8. Habilidades de conversación
 - 14.1.9. Habilidades de cordialidad y cooperación
 - 14.1.10. Habilidades de autoafirmación / asertividad
 - 14.1.11. Habilidades emocionales / inteligencia emocional
 - 14.1.12. Habilidades laborales
 - 14.1.13. Habilidades profesionales específicas de cada empleo
 - 14.1.14. Normas de comportamiento en el puesto de trabajo
 - 14.1.15. Habilidades relacionadas con el trabajo / competencias transversales
- 14.2. La iniciativa emprendedora y la empresa
 - 14.2.1. El espíritu emprendedor
 - 14.2.2. El empresario
 - 14.2.3. Evolución histórica de la figura del empresario
 - 14.2.4. Visión actual del empresario
 - 14.2.5. La empresa: su papel en la economía
 - 14.2.6. La empresa como sistema
- 14.3. Creación y puesta en marcha de una empresa
 - 14.3.1. Las personas jurídicas y sus formas
 - 14.3.2. Las sociedades
 - 14.3.2.1. Sociedad no mercantil
 - 14.3.2.2. Sociedad mercantil
 - 14.3.2.3. Cooperativa
 - 14.3.2.4. Franquicia
 - 14.3.3. Trámites para crear una empresa
 - 14.3.4. Trámites previos
 - 14.3.4.1. Certificación negativa de nombre
 - 14.3.4.2. Ingreso del capital en cuenta corriente
 - 14.3.4.3. Elaboración de estatutos y otorgamiento de escrituras al notario
 - 14.3.4.4. Solicitud del número de identificación fiscal (NIF)
 - 14.3.4.5. Pago de impuestos de Transmisiones Patrimoniales y Actos jurídicos documentados
 - 14.3.4.6. Inscripción en el registro mercantil
 - 14.3.5. Trámites para el funcionamiento
 - 14.3.5.1. Trámites ante la Agencia Tributaria
 - 14.3.5.2. Trámites ante el Ayuntamiento
 - 14.3.5.3. Trámites ante la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)
 - 14.3.5.4. Trámites ante la Dirección Provincial de Trabajo
 - 14.3.5.5. Trámites ante el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE)
 - 14.3.5.6. Trámites ante otros registros
 - 14.3.6. Crear una empresa por internet

- 14.4. Emprendimiento Corporativo
 - 14.4.1. Dimensiones del emprendimiento corporativo
 - 14.4.1.1. Propiedad organizacional
 - 14.4.2. Fases del emprendimiento corporativo
 - 14.4.2.1. Recopilar y validar ideas de las partes interesadas corporativas
 - 14.4.2.2. Establecer metas y objetivos de innovación empresarial claros
 - 14.4.2.3. Construir equipos de emprendimiento e innovación corporativos
 - 14.4.2.4. Ejecutar la estrategia de innovación corporativa
 - 14.4.2.5. Unirse a un programa de innovación corporativa
 - 14.4.3. Tipos de emprendimiento corporativo
 - 14.4.4. Corporate venturing
 - 14.4.4.1. Renovación organizacional
 - 14.4.4.2. Innovación (orientación empresarial)
 - 14.4.5. Modelos (ejemplos) de emprendimiento corporativo
 - 14.4.5.1. El facilitador (Google)
 - 14.4.5.2. El productor (Cargill)
 - 14.4.5.3. El oportunista (Zimmer)
 - 14.4.5.4. El defensor (DuPont)
- 14.5. Innovación Estratégica
 - 14.5.1. Dimensiones de la estrategia corporativa
 - 14.5.1.1. Proceso de innovación gestionado
 - 14.5.1.2. Alineación estratégica
 - 14.5.1.3. Previsión en la industria Visión cliente consumidor
 - 14.5.1.4. Tecnologías y competencias básicas
 - 14.5.1.5. Preparación organizacional
 - 14.5.1.6. Implementación disciplinada
 - 14.5.2. Tipos de innovación estratégica (ejemplos)
 - 14.5.2.1. Proactiva
 - 14.5.2.2. Activa

- 14.5.2.3. Reactiva
- 14.5.2.4. Pasiva
- 14.5.2.5. Innovación estratégica disruptiva
- 14.5.3. Diferencias entre estrategia tradicional e innovación estratégica
- 14.5.4. Pasos para desarrollar una innovación estratégica
 - 14.5.4.1. Determine objetivos y enfoque estratégico de la innovación
 - 14.5.4.2. Conozca su mercado: clientes y competidores
 - 14.5.4.3. Defina su propuesta de valor
 - 14.5.4.4. Evalúe y desarrolle sus capacidades básicas
 - 14.5.4.5. Establezca sus técnicas y sistemas de innovación
- 14.5.5. Strategic innovation framework (SIF)
 - 14.5.5.1. Definición y conceptos fundamentales
 - 14.5.5.2. Modelo del ciclo de vida (Abraham y Knight)
- 14.5.6. Importancia de la innovación estratégica

Módulo 15. Digitalización aplicada a los sectores productivos (30 horas)

- 15.1. Transformación Digital y Empresarial
 - 15.1.1. Digitalización vs. transformación digital
 - 15.1.2. Social business: plataformas, procesos y personas
 - 15.1.2.1. ¿Cómo se construye el social business?
 - 15.1.3. Modelos organizativos
- 15.2. Diferentes tecnologías habilitadoras digitales (THD)
 - 15.2.1. Definición de proyecto 4.0
 - 15.2.2. Ejemplos de habilitadores digitales en la industria
 - 15.2.2.1. Big Data
 - 15.2.2.2. Machine learning
 - 15.2.2.3. Implantación de robótica colaborativa (cobots)
 - 15.2.2.4. Impresión aditiva 3D
 - 15.2.2.5. IoT

- 15.3. Sistemas basados en cloud/nube
 - 15.3.1. Desarrollo
 - 15.3.1.1. Características
 - 15.3.1.2. ¿Qué es el Cloud Computing?
 - 15.3.1.3. ¿Cuáles son las ventajas del Cloud Computing?
 - 15.3.2. Modelos de implementación
 - 15.3.3. Niveles o capas
 - 15.3.4. Otros modelos de servicios para la nube
- 15.4. Inteligencia Artificial (IA)
 - 15.4.1. Concepto de inteligencia artificial
 - 15.4.2. Tipos de inteligencia artificial
 - 15.4.3. Inteligencia artificial vs. Machine learning
 - 15.4.4. Deep learning
- 15.5. Big data
 - 15.5.1. Concepto de Big data y Small data
 - 15.5.1.1. ¿Qué es el Big Data?
 - 15.5.1.2. ¿Cuál es el objetivo del Big Data?
 - 15.5.1.3. ¿Qué es el Small Data?
 - 15.5.2. Las 4 V del Big Data
 - 15.5.3. Analítica predictiva
- 15.6. Proyectos de transformación digital. Aplicaciones de uso
 - 15.6.1. Camino de la transformación digital
 - 15.6.1.1. Etapa 1. Negocio tradicional
 - 15.6.1.2. Etapa 2: Presente y activos
 - 15.6.1.3. Etapa 3. Emprendimiento interno
 - 15.6.1.4. Etapa 4: estrategias
 - 15.6.1.5. Etapa 5: Convergencia
 - 15.6.2. Proyectando la transformación digital
 - 15.6.2.1. Etapa 6: Innovadoras y adaptativas
 - 15.6.3. Cómo triunfar en la transformación digital

Módulo 16. Sostenibilidad aplicada al sistema productivo (30 horas)

- 16.1. Desarrollo sostenible: Empresa y medio ambiente
 - 16.1.1. Desarrollo sostenible: empresa y medio ambiente
 - 16.1.1.1. Desarrollo sostenible: objetivos y metas
 - 16.1.1.2. La actividad económica y su impacto en el medio ambiente
 - 16.1.1.3. La responsabilidad social de las empresas
- 16.2. Agenda 2030 y Objetivos de desarrollo sostenible
 - 16.2.1. Agenda 2030 y objetivos de desarrollo sostenible
 - 16.2.1.1. La Agenda 2030: antecedentes, proceso de aprobación y contenido
 - 16.2.1.2. Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Guía SGD Compass
- 16.3. Economía circular
 - 16.3.1. Economía circular
 - 16.3.1.1. La economía circular
 - 16.3.1.2. Legislación y estrategias de apoyo a la economía circular
 - 16.3.1.3. Diagramas del sistema de la economía circular
- 16.4. Planes directores de eficiencia energética
 - 16.4.1. Planes directores de eficiencia energética
 - 16.4.1.1. Metodología de elaboración de un plan director
 - 16.4.1.2. Modelos de gestión
 - 16.4.1.3. Eficiencia energética dentro de un plan director

Módulo 17. Módulo profesional optativo II (90 horas)

Módulo 18. Proyecto intermodular de comercio internacional (50 horas)

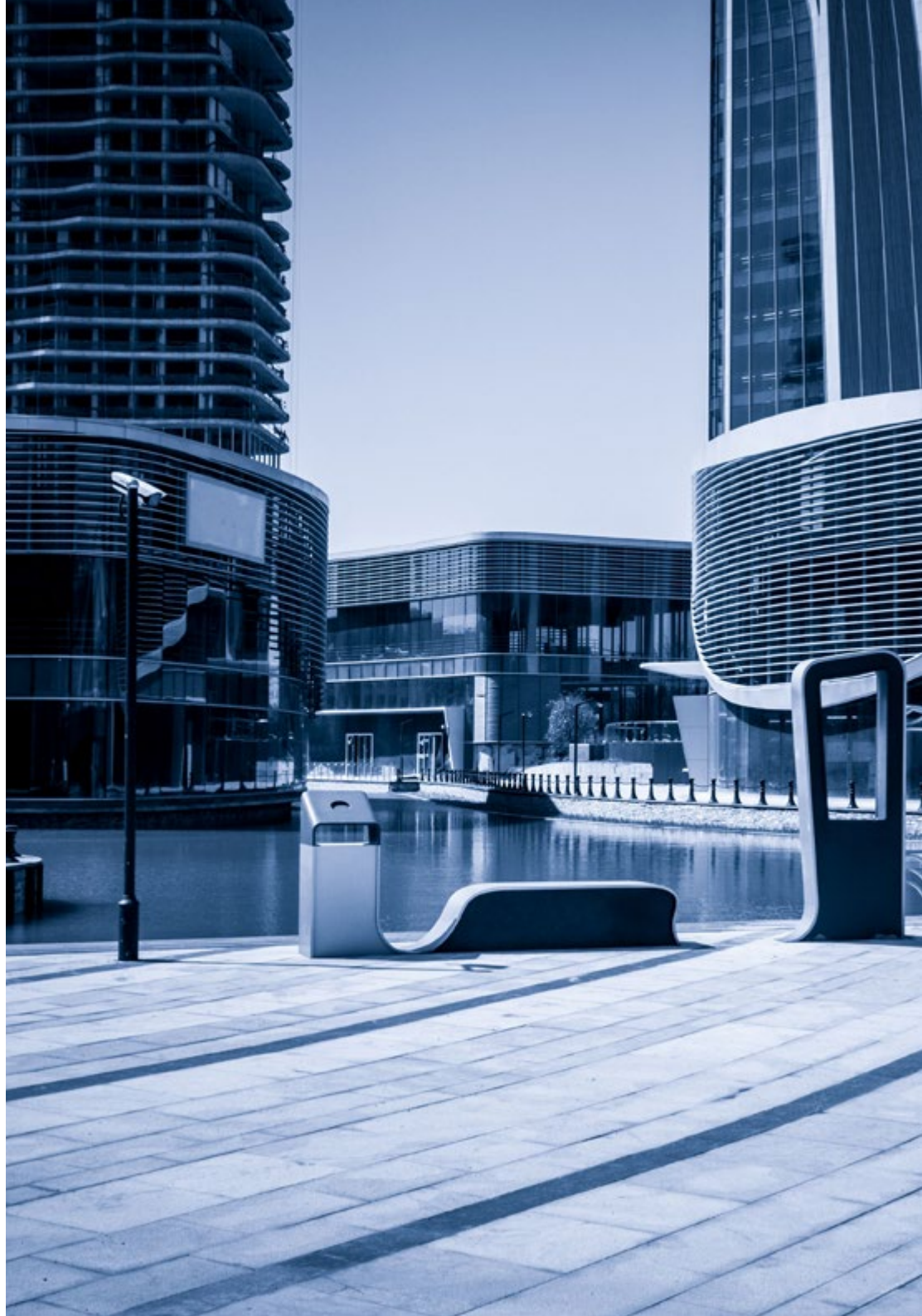
05

Fase de Formación en Empresa (FFE)

En la recta final de este programa, tendrás la oportunidad de adquirir experiencias prácticas mediante una estancia presencial en instalaciones especializadas. TECH FP, a partir de su amplia red de convenios y colaboraciones, ha pactado la realización de este periodo de formación en centros de trabajo con instituciones del mundo del comercio y sus implicaciones internacionales. Todas ellas destacan por sus equipos profesionales de gran renombre y por disponer de las tecnologías más avanzadas de este panorama.

Estas prácticas serán la oportunidad idónea para que puedas desarrollar todas las actividades relacionadas con los módulos de estudio de este Grado Superior Oficial, aplicando las estrategias comerciales más punteras. De ese modo, la estancia presencial te proporcionará un dominio global de todas las técnicas de trabajo en este ámbito y, al completar el programa, contarás con un perfil profesional amplio, acorde con las demandas más recientes de esta área. Gracias a ello, no solo multiplicarás tus posibilidades de inserción laboral, sino que también aprenderás a partir de la experiencia de los mejores profesionales del sector.

Además, este proceso formativo servirá para validar por completo tu capacitación como Técnico Superior en Comercio Internacional, según las pautas oficiales aprobadas por la Consejería de Educación autonómica correspondiente.



Características de la FFE: Tu primer paso hacia el éxito profesional



La Fase de Formación en Empresas u Organismo Equiparado (FFE) tendrá una duración de 500 horas, que están perfectamente integradas dentro de los módulos profesionales, asegurando una experiencia formativa completa y de calidad



Se lleva a cabo en un único periodo durante el segundo curso, lo que te permite concentrarte en aprovechar al máximo esta oportunidad práctica



Podrás realizar tus prácticas en un centro de trabajo de tu Comunidad Autónoma o provincia, garantizando comodidad y cercanía para que te enfoques en lo que realmente importa: aprender de los mejores



En TECH contamos con convenios exclusivos con las empresas líderes del sector, lo que te asegura un entorno de trabajo dinámico y a la vanguardia del mercado laboral



A través de estas prácticas, adquirirás una significativa experiencia que te permitirá impulsar tu carrera profesional y maximizar tus oportunidades laborales en Comercio Internacional”

06

¿Dónde podré realizar la Fase de Formación en Empresa (FFE)?

En TECH nos adelantamos a tus necesidades. Gracias a nuestro equipo especializado en desarrollo de negocio, ya hemos firmado cientos de convenios con empresas de prestigio en toda España, ofreciéndote la oportunidad de realizar tu Fase de Formación en Empresas (FFE) en el sector que te apasiona.

Tú eliges la provincia donde quieres llevar a cabo tu FFE, ¡sin limitaciones! Y si en el momento de tu matrícula aún no tenemos un convenio en la zona que prefieres, no te preocupes. Nuestro equipo se pondrá manos a la obra para asegurarse de que, cuando llegue el momento, dispongas de una empresa en la provincia que elijas o en aquella que mejor se adapte a ti.

Con TECH, tu formación siempre va de la mano de las mejores oportunidades.

“

TECH te permitirá realizar la Fase de Formación en Empresas desde la provincia en que resides o en aquella que tú elijas gracias a su amplia red de convenios de colaboración y prácticas”



¿Dónde podré realizar la Fase de Formación | 41 tech en Empresa (FFE)?

Para esta Fase de Formación en Empresa (FFE), están disponibles las siguientes instituciones:



Madrid

AESPACE

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: Calle Lombia 12, 6-A, 28009 MADRID

Transforma tu interior con AESPACE y esencialismo interior; te ayuda disfrutar de momentos en casa, un hogar tranquilo, ordenado y organizado



Valencia

Itinere Talent Valencia

País	Ciudad
España	Valencia

Dirección: Avenida Del Oeste 35-20, 46001, Valencia

Se especializa en el reclutamiento y selección de personal



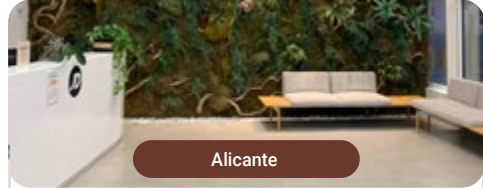
Valencia

Temps Valencia

País	Ciudad
España	Valencia

Dirección: Gran Vía Marqués del Turia 49-3º-12º, 46005, Valencia

Se dedica a la gestión de las necesidades de personal temporales, indefinidas y formaciones de las empresas



Alicante

Sprinter Alicante

País	Ciudad
España	Alicante

Dirección: Avda. Del Euro, 2, (03114) Alicante, España

Tienda de ropa, de zapatillas deportivas y musculación

Requisitos de Acceso

Serán aptos para matricularse en el Ciclo Formativo de Grado Superior Oficial en Comercio Internacional los alumnos que cumplan con el requisito de edad y alguno de los supuesto académicos.

Edad

- ♦ Tener 18 años o cumplirlos en el año natural de la formalización de la matrícula
- ♦ Los mayores de 16 años, o que cumplan dicha edad en el año natural, al realizar la matrícula deben encontrarse en alguna de las siguientes situaciones:
 - ♦ Estar dado de alta como trabajador por cuenta propia o ajena
 - ♦ Tener la condición de deportista de alto nivel o alto rendimiento
 - ♦ Encontrarse en situación extraordinaria de enfermedad, dificultad física o sensorial, o en situación de dependencia o con personas a su cargo que le impida cursar estas enseñanzas en régimen presencial



Este es el mejor momento para iniciar tu formación, no esperes más y realiza tu solicitud

Académicos*

- ♦ Estar en posesión del Título de Bachiller, o de un certificado acreditativo de haber superado todas las materias del Bachillerato
- ♦ Haber superado el segundo curso de cualquier modalidad de Bachillerato experimental
- ♦ Estar en posesión de un Título de Técnico (Formación Profesional de Grado Medio)
- ♦ Estar en posesión de un Título de Técnico Superior, Técnico Especialista o equivalente a efectos académicos
- ♦ Haber superado el Curso de Orientación Universitaria (COU)
- ♦ Estar en posesión de cualquier Titulación Universitaria o equivalente
- ♦ Haber superado la prueba de acceso a ciclos formativos de grado superior (se requiere tener al menos 19 años en el año que se realiza la prueba o 18 para quienes poseen el título de Técnico)
- ♦ Haber superado la prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años (la superación de las pruebas de acceso a la Universidad para mayores de 40 y 45 años no es un requisito válido para acceder a FP)

*Los estudiantes con titulación no española que deseen matricularse en este Ciclo Formativo podrán hacerlo presentando el documento de solicitud de homologación ante las autoridades educativas competentes



Adrián Yanes

Técnico Superior en Comercio Internacional

"He quedado altamente satisfecho con esta FP de TECH, que me ha permitido obtener la titulación que deseaba sin tener que modificar por completo mi vida para poder estudiar. Agradecido con todo lo aprendido en la parte teórica y en las prácticas"

Alejandra González

Técnico en Marketing Internacional

"Estudiar desde casa es esencial para mí, ya que puedo extraer el máximo rendimiento y evitar las horas de desplazamientos que conllevan las clases presenciales. Con este Ciclo de Grado Superior he conseguido todos mis objetivos académicos de una forma cómoda y sin renunciar a mis aficiones"

08

Convalidaciones

Si has cursado estudios en España y deseas convalidar módulos profesionales de Formación Profesional, el proceso es sencillo. Solo necesitas estar matriculado en el ciclo formativo y los módulos específicos que quieras convalidar.

Una vez lo solicites, nosotros nos encargamos de todo. Realizamos todos los trámites para que puedas enfocarte en lo que realmente importa: seguir avanzando en tu formación sin complicaciones.

Si has iniciado un ciclo formativo de FP en otro centro de cualquier punto de España y quieres venir con nosotros a terminarlo, nosotros nos encargamos de realizar el traslado de expediente, tu solo tendrás que centrarte en tu aprendizaje.

Si ya terminaste un ciclo de Formación Profesional y ahora quieres estudiar otro con nosotros, debes saber que puedes convalidar algunos módulos profesionales y evidentemente, nosotros nos encargamos del proceso.

¿Qué puedo aportar?

“

¿Cuentas con estudios previos y quieres saber si puedes convalidar temas de este Ciclo Formativo a través de ellos? Envía a nuestro equipo académico la información la evaluaremos de inmediato”



01

Títulos de Formación Profesional y Módulos Experimentales de Nivel II o Nivel III, regulados al amparo de la Ley 14/1970, de 4 de agosto General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa

02

Certificados de Profesionalidad o Certificados Profesionales

03

Unidades de competencia oficialmente acreditadas

04

Estudios Universitarios oficiales, solo en Grado Superior

05

Si la matrícula es en Grado Medio: en ningún caso se puede aportar estudios universitarios oficiales de diplomado, licenciado o grado puesto que los ciclos de grado medio no pertenecen al espacio de la educación superior

06

Solicitud de Convalidaciones de Módulos Profesionales de títulos de Formación Profesional

09

Idiomas Gratuitos

TECH Formación Profesional ofrece los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea. Asimismo, su enfoque orientado a la acción y la adquisición de competencia lingüística posibilita una preparación más flexible y acelerada de cara a los exámenes oficiales de certificación de nivel.

Por medio de este sistema, el estudiante aprenderá mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee. Por eso, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al MCER.





“ 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2 ”



TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie el Ciclo, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Los cursos serán gratuitos. Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa
- El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la titulación



Metodología de estudio

TECH Formación Profesional combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH FP te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

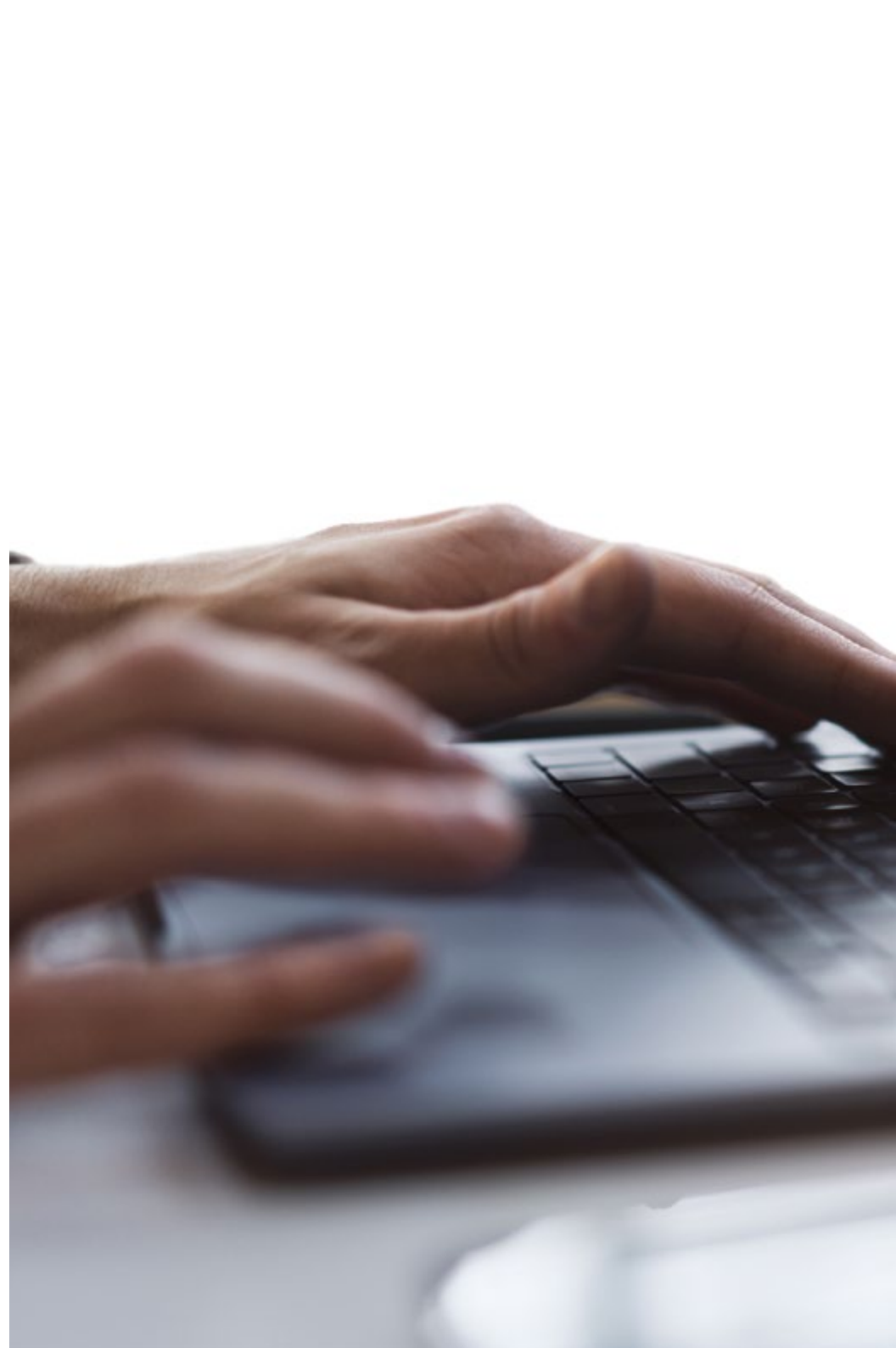
En la metodología de estudios de TECH Formación Profesional el alumno es el protagonista absoluto.

Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios orientados a las necesidades del entorno profesional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno profesional. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología de aprendizaje mejor valorada por sus alumnos

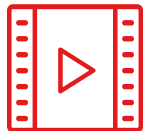
Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH Formación Profesional.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

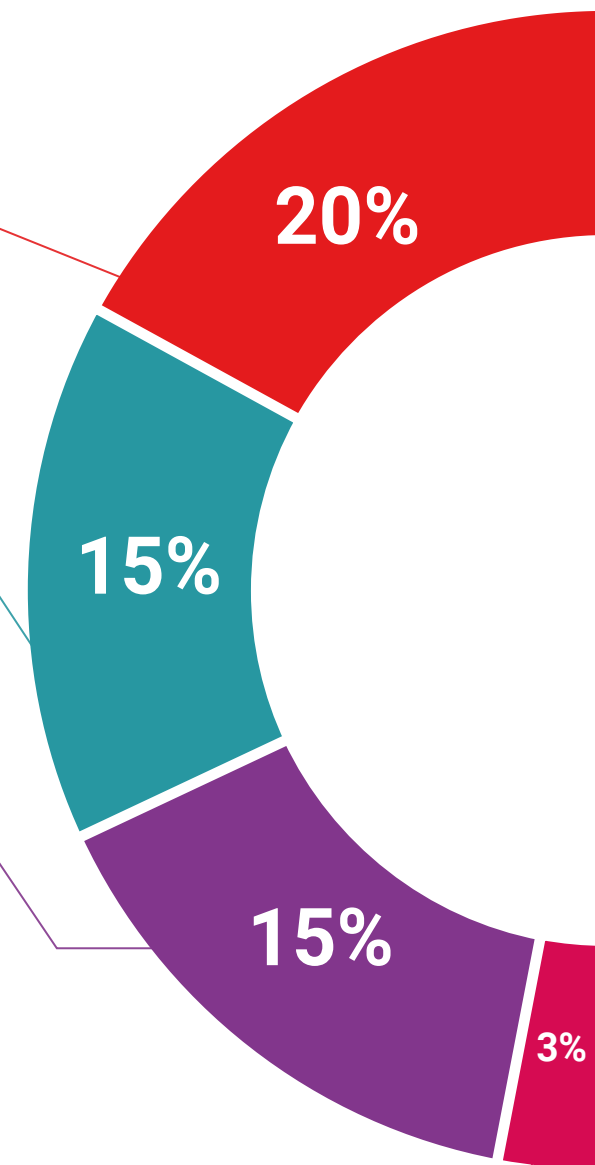
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

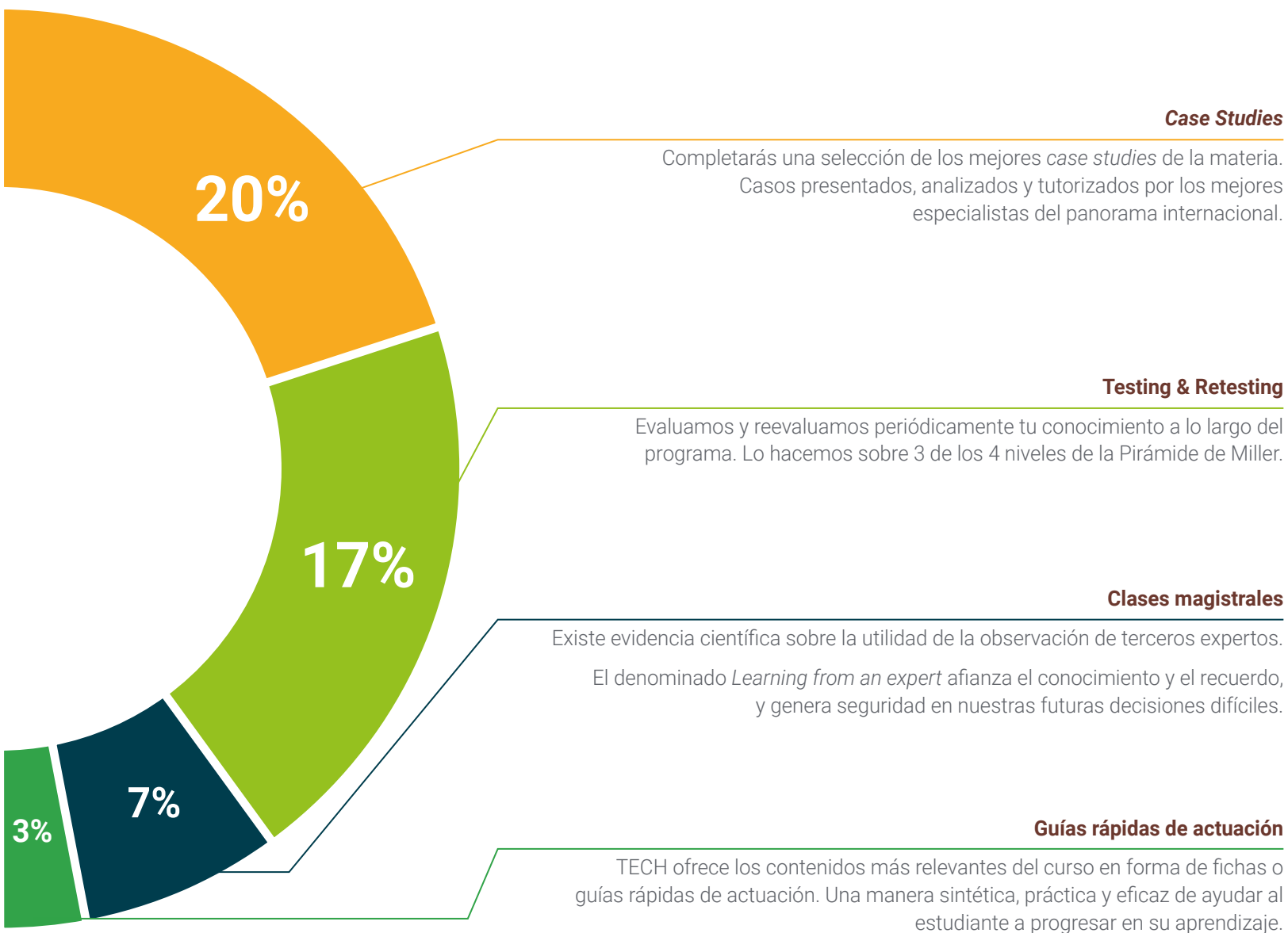
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





11

Tutorías

A lo largo de este Ciclo de Grado Superior recibirás un acompañamiento constante por parte del profesorado. Así, disfrutarás de tutorías semanales de todos los módulos con clases magistrales, resolución de dudas y correcciones individuales y colectivas, obteniendo una orientación regular para alcanzar todos tus objetivos formativos.

Por tanto, a la innovadora metodología de aprendizaje online con la que se desarrolla este programa oficial se le une la gran oportunidad de contar con un apoyo personalizado a lo largo de todo el plan de estudios.

Todo ello, con la máxima garantía y excelencia asegurándonos de ofrecerte una tutorización predominantemente individualizada y ajustada a tus necesidades académicas.



Tendrás acceso a diversas tutorías en las que recibirás un acompañamiento personalizado y adaptado a tus necesidades formativas”



Las tutorías podrán ser de carácter presencial o de carácter no presencial, individuales o colectivas y siempre serán de asistencia voluntaria.

Acompañamiento personalizado

Disfrutarás de un acompañamiento continuo y personalizado por parte del profesorado de este programa académico, quienes tendrán en cuenta tus circunstancias personales para adaptarse a tus necesidades formativas y laborales mediante las diferentes tutorías ofrecidas a lo largo del curso.

Tutoría Inicial

Coincidiendo con la fecha de inicio de cada módulo el tutor realizará la Tutoría Inicial donde presentará los contenidos, las actividades y los criterios de evaluación y calificación del módulo. Si no puedes asistir por cualquier motivo, podrás solicitar una tutoría individual para obtener la información de la tutoría inicial.

Tutorías Individuales

Constituyen el mayor peso dentro de nuestra propuesta, ya que consideramos que, mediante un seguimiento personalizado, el docente-tutor conocerá el momento de aprendizaje exacto de cada alumno.

Tutorías colectivas

Las tutorías colectivas servirán para poner en común aspectos generales, teóricos y prácticos del Ciclo de Grado Superior. En caso de que no puedas estar presente en las tutorías colectivas, tendrás acceso a ellas a posteriori en la plataforma virtual para que las consultes cuando y cuantas veces lo necesites.

Tutorías presenciales

Si lo deseas, tienes la oportunidad de realizar tutorías colectivas y presenciales donde podrás asistir voluntariamente al centro y realizar actividades prácticas relacionadas con los resultados de aprendizaje, disponiendo del profesor tutor, uso de material o el equipamiento de las instalaciones del centro.



Disfruta de la oportunidad de asistir voluntariamente a tutorías presenciales en un centro con los mejores recursos prácticos y de aprendizaje”

12

Evaluación y exámenes

La evaluación continua se llevará a cabo de forma online y de manera habitual durante todo el curso. Estas se desarrollarán en el campus virtual donde se albergan el resto de los contenidos de cada uno de los módulos.

Así mismo, y al tratarse de un Ciclo de Grado Superior Oficial, la realización de exámenes finales presenciales será obligatoria. La superación de estos exámenes conduce a la obtención de un título oficial de Formación Profesional. Las pruebas presenciales garantizarán que has alcanzado los aprendizajes necesarios para desarrollar tu profesión de Técnico Superior. A lo largo del curso en TECH FP podrás realizar simulacros online de examen diseñados con la última tecnología educativa.

Además, los contenidos y el método de aprendizaje con los que se desarrolla este programa están especialmente pensados para que alcances los objetivos académicos, por lo que cuentas con la garantía de recibir un aprendizaje óptimo que te guiará hacia la obtención del título oficial.



Este programa oficial te garantiza un aprendizaje global: contarás con los mejores contenidos y simulacros de evaluación para que puedas superar los exámenes. Así obtendrás tu título oficial"



Exámenes Presenciales



Tras la inscripción, tu tutor personal te informará de la fecha exacta en la que se realizarán las diferentes convocatorias de examen



Además, en el campus tendrás una Guía donde encontraras toda la información del desarrollo de tu curso y las fechas de los exámenes presenciales obligatorios



Estos exámenes presenciales se llevarán a cabo en el centro en el que te hayas inscrito



Cada año tendrás dos convocatorias:

- Una ordinaria que tendrá lugar la segunda quincena de mayo
- Otra extraordinaria que se realiza normalmente en junio y a la que solo asistirán aquellos alumnos que no consigan superar la primera convocatoria



En cada convocatoria se efectuará un examen por cada uno de los módulos del Ciclo de Grado Superior Oficial



Los exámenes se realizarán en 2 jornadas. Normalmente, en sábado y domingo

13

Titulación

El Ciclo de Grado Superior Oficial en Comercio Internacional, garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, un título de Técnico Superior en Comercio Internacional.

Tras la consecución del programa completo y superación de las evaluaciones, podrás solicitar tu título, expedido por la Administración Pública competente. Durante la tramitación del título obtendrás, además, un certificado de titulación.

Gracias a la alta calidad académica del programa, la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid concedió la autorización oficial de estudios el día 22/05/2023 a través de la Orden 1234567890.

Este título tiene carácter de validez oficial en todo el territorio español y faculta al egresado para ejercer los derechos que a este título otorgan la legislación y disposiciones oficiales vigentes.

Si tiene cualquier duda puede dirigirse a su asesor académico o directamente al departamento de atención al alumno, a través de este correo electrónico: informacion@tech-fp.com

Título: **Técnico Superior en Comercio Internacional**

Modalidad: **Online**

Nº Orden: **1234567890**

Fecha de la Orden: **22/05/2023**

Nº Horas Lectivas: **2.000**

Duración: **2 años**

Institución Oficial Certificada





Ciclo de Grado Superior Oficial Comercio Internacional

Familia: Comercio y Marketing

Modalidad: Online

Duración: 2.000 horas

Titulación: Técnico Superior en Comercio Internacional

Ciclo de Grado Superior Oficial

Comercio Internacional

