

Ciclos Formativos

FORMACIÓN PROFESIONAL

Comercio y Marketing



Ministerio de Educación y Ciencia
Secretaría de Estado de Educación
Dirección G. de Formación Profesional Reglada y P. Educativa

Ciclos Formativos

FORMACION PROFESIONAL

Comercio y Marketing



Ministerio de Educación y Ciencia
Secretaría de Estado de Educación
Dirección G. de Formación Profesional Reglada y P. Educativa

© Ministerio de Educación y Ciencia

Edita: Ministerio de Educación y Ciencia
Dirección G. de F. Profesional Reglada y Promoción Educativa

Depósito legal: M-21033-1995

NIPO: 176-95-042-9

I.S.B.N.: 84-369-2552-1

Impreso en España - Printed in Spain
Por: Impresos y Revistas, S.A. (IMPRESA)
Herreros, 42. Políg. Ind. Los Ángeles
GETAFE (Madrid)

Índice

	<i>Página</i>
PRESENTACIÓN	5
INTRODUCCIÓN: Metodología y elementos esenciales de los títulos de formación profesional	7
DOCUMENTACIÓN DE LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR:	
Gestión Comercial y Marketing	11
Servicios al consumidor	79
Comercio Internacional	129
Gestión del Transporte	201
DOCUMENTACIÓN DE LOS CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO:	
Comercio	281
ANEXOS	335
Anexo I	337
Anexo II	351
Anexo III	361
Anexo IV	363

Presentación

La prosperidad de cualquier país, la competitividad de su economía y de su estructura productiva dependen de sus recursos humanos, de su creatividad, iniciativa y de sus conocimientos y aptitudes; depende, en gran medida, de la preparación profesional de su fuerza de trabajo, de sus capacidades para realizar con destreza, eficacia y calidad las funciones y actividades de la producción de bienes y servicios.

*En relación con esta finalidad corresponde a la Formación profesional en el ámbito del sistema educativo, según establece la **Ley Orgánica General de Ordenación del Sistema Educativo (LOGSE)**, la preparación de las personas, proporcionándoles la formación necesaria para la actividad en un campo profesional y la capacitación para el desempeño cualificado de las distintas profesiones.*

Esta preparación debe lograr en los alumnos la adquisición de la competencia profesional requerida en el empleo, la adaptación al cambio en las cualificaciones, los conocimientos necesarios sobre la organización del trabajo del sector correspondiente, la preparación para las relaciones y condiciones del trabajo y la adquisición de una identidad y madurez profesional motivadora de futuros aprendizajes.

Estos objetivos y las acciones orientadas a alcanzarlos, establecidas en el Plan de Reforma de la Formación Profesional aprobado por el Ministerio de Educación y Ciencia, guían la elaboración de un nuevo Catálogo de Títulos Profesionales acorde con la nueva ordenación académica, adaptado a las necesidades de cualificaciones del sistema productivo y contrastado por los agentes sociales.

Los nuevos Títulos Profesionales previstos por la LOGSE incorporan por primera vez en el ámbito del sistema educativo la expresión de la "competencia profesional requerida en el empleo". Dicha competencia ha sido identificada mediante el correspondiente estudio del sector y el análisis riguroso de los procesos de producción, realizados conjuntamente por expertos de los sistemas productivo y educativo y que han contando con la participación efectiva de las principales organizaciones empresariales, sindicales y profesionales.

Como valor añadido, las especificaciones de la competencia profesional identificadas tendrán una indudable utilidad para el sector. Igualmente, por primera vez en el ámbito del sistema educativo se define una estructura modular de la formación deducida de la competencia profesional requerida en el empleo, que posibilita establecer las convalidaciones y correspondencias que procedan con la Formación Profesional Ocupacional y con la práctica laboral.

Las nuevas enseñanzas de formación profesional plantean lógicamente nuevos retos al sistema educativo, en especial en lo relativo a sus relaciones e implicaciones con el entorno de los centros docentes: la formación permanente del profesorado, la mejora de los materiales y medios didáctico-tecnológicos y la formación de los alumnos en centros de trabajo son algunos de los instrumentos no menos importantes con los que deben afrontarse estos nuevos retos.

La documentación que se presenta en este volumen corresponde a los Títulos de la Familia Profesional de Comercio y Marketing. No obstante las exigencias de su ordenación jurídica en dos normas (una sobre las enseñanzas mínimas y otra sobre el currículo propiamente dicho), el Ministerio considera útil su publicación integrada a los efectos de facilitar su manejo.

Esta publicación será completada y desarrollada posteriormente con materiales didácticos mas ajustados a las necesidades específicas de la práctica docente en el aula-taller o laboratorio.

De esta forma, el Ministerio de Educación pretende atender adecuadamente a las exigencias y expectativas que la renovación de la formación profesional está creando.

*Gustavo SUAREZ PERTIERRA
Ministro de Educación y Ciencia*

Introducción

METODOLOGÍA Y ELEMENTOS ESENCIALES DE LOS TÍTULOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Los Títulos de Formación Profesional constituyen un aspecto esencial del desarrollo de la Ley Orgánica de Ordenación del Sistema Educativo (LOGSE). Según se deriva de la Ley, los respectivos programas formativos deben tomar como referencia fundamental las necesidades de cualificación del sistema productivo. Dicho con más precisión: las enseñanzas profesionales, su estructura, objetivos, criterios de evaluación y contenidos, deben enfocarse desde la perspectiva de la adquisición de **la competencia profesional requerida en el empleo** (Real Decreto 676/1993 de 7 de Mayo).

A esta finalidad básica de alcanzar las capacidades que permiten desempeñar y realizar “roles” y situaciones de trabajo necesarios en el empleo obedece la estructura adoptada para los Títulos Profesionales y su proceso de elaboración; también a estos dos temas se dedica la presente introducción. Primeramente se precisan los principales conceptos y términos que intervienen en los Reales Decretos por los que se establecen los Títulos y, posteriormente, se describen los rasgos esenciales de la metodología que el Ministerio de Educación y Ciencia ha adoptado para su elaboración.

El Real Decreto de cada Título contiene un **Perfil Profesional** que ha servido como referencia fundamental para definir su formación. Este perfil está formado por un conjunto de acciones y resultados que son los comportamientos esperados de las personas en las situaciones de trabajo a las que deben enfrentarse en la producción y que se han denominado **realizaciones profesionales**.

Estas realizaciones y logros profesionales que deben ser alcanzados en el campo del trabajo técnico tienen una doble cualidad en la que radica su valor fundamental: al mismo tiempo que son consideradas satisfactorias y son aplicables a todas las organizaciones productivas del sector que tienen objetivos de producción similares, se infieren de ellas capacidades relevantes y significativas de las que, a su vez, se inferirán los programas formativos de los alumnos.

Cada realización profesional o enunciado de competencia incluye un conjunto de “**criterios de realización**” que determinan el nivel aceptable del resultado expresado por la realización y proporcionan un referente preciso para la evaluación del trabajo en contextos productivos y son también una guía para la evaluación de la competencia profesional en los centros educativos.

Las realizaciones profesionales se agrupan en “Unidades de Competencia”, cada una de las cuales tiene **valor y significado** en el empleo, esto es, tiene sentido para la mayoría de las organizaciones del sector y constituye un “rol” esencial de trabajo. En cada unidad de competencia se incluye un “**dominio profesional**” o campo de aplicación de las realizaciones profesionales que determina los equipos, materiales, información, procesos, etc. que se han identificado en el sistema productivo y que intervienen en aquéllas.

La parte formativa de cada uno de los Ciclos comprendidos en esta documentación incluye las “enseñanzas mínimas” prescritas para todo el Estado en los Reales Decretos por los que se establecen los Títulos y completadas en duración y contenidos por el Ministerio de Educación y Ciencia para el ámbito territorial de su competencia.

Las enseñanzas del ciclo formativo se organizan en **Módulos Profesionales**, cuya finalidad es la de proporcionar a los alumnos la competencia profesional característica de cada Título. Los módulos pueden estar asociados a una unidad de competencia (los más específicos) o a varias de estas unidades (los denominados de “base o transversales”). En las enseñanzas del ciclo formativo se incluye también un módulo de formación y orientación laboral que no tiene una relación directa con la competencia profesional.

Los módulos profesionales constituyen las unidades coherentes de formación profesional específica que deben ser acreditadas y certificadas para conseguir la titulación, considerándose las equivalentes a los términos “materia” y “área” de la formación general. Los elementos curriculares que constituyen un módulo son los objetivos, expresados en términos de **capacidades terminales**, los criterios de evaluación y los contenidos. Estos componentes están formulados para que, a la vez que determinan la competencia profesional básica exigible en todo el Estado, permitan su adaptación a las características de los alumnos y del entorno productivo de los centros.

La concepción modular de la formación, atendiendo al valor y significado en el empleo de las correspondientes unidades de competencia, constituye la piedra angular del nuevo sistema de Formación Profesional ya que, además de conseguirse la adecuación de la formación de los alumnos a los requerimientos de cualificación del sistema productivo, posibilita alcanzar también otros dos objetivos trascendentales:

1º.- Establecer las correspondencias y convalidaciones con la práctica laboral y la formación profesional ocupacional, de esta forma se posibilita, de una parte, a la población adulta la “capitalización” en el sistema educativo de sus aprendizajes y experiencia profesional y, de otra, a los titulados de F.P. el ejercicio profesional en aquellas actividades que requieren la certificación de otros organismos de la Administración.

2º.- Permitir la realización de una oferta modular a la población adulta motivadora del progreso en su cualificación profesional. La posibilidad de alcanzar este objetivo deriva de que los módulos profesionales se han definido para conseguir la competencia profesional de las correspondientes unidades y éstas, a su vez, son funciones o “roles” con significado en el empleo.

Todo el proceso de definición de los Títulos Profesionales ha estado guiado por una metodología definida por el “Proyecto de Renovación de los Contenidos de F.P.” perteneciente a la Dirección General de Formación Profesional Reglada y Promoción Educativa y ha contado con las valiosas aportaciones de las Comunidades Autónomas con competencias educativas y de la Comisión Permanente del Consejo General de la Formación Profesional.

La citada metodología puede sintetizarse en las etapas siguientes:

1º.- Estudio y caracterización de los sectores productivos en los aspectos económico, tecnológico/organizativo, ocupacional y formativo. De estos estudios merece destacarse el estudio sectorial realizado por el Instituto Nacional de Empleo con la colaboración del Ministerio de Educación y Ciencia. Asimismo, es importante reseñar la utilización de la documentación relativa a la prospectiva y evolución de las actividades profesionales y las titulaciones o cualificaciones de otros países de nuestro entorno, en estos campos.

2º.- Partiendo de las conclusiones del estudio del sector se ha realizado un “**análisis funcional**” de los procesos de producción, llevado a cabo por un grupo de trabajo constituido por expertos tecnológicos del sector y por expertos educativos dirigidos metodológicamente por personas del citado Proyecto de Renovación. También se ha contado con la colaboración de expertos de otros organismos de la Administración con competencias en la normativa profesional o laboral del sector. El análisis realizado ha permitido mediante la comprensión de la lógica de los procesos de producción, identificar las funciones que deben desarrollar las personas para alcanzar las misiones y objetivos de las organizaciones productivas. Estas funciones se formulan como enunciados de competencia y se agrupan convenientemente para constituir los perfiles profesionales de los Títulos.

3º.- En la tercera etapa, tomando como referencia el perfil profesional de los diferentes Títulos, se han identificado el conocimiento, habilidades, destrezas y actitudes básicos que son necesarios para alcanzar la competencia profesional definida por el perfil y se ha expresado este “constructo” mediante las capacidades terminales y criterios de evaluación correspondientes. Asimismo, se han determinado los contenidos de cada ciclo formativo que permitan a los alumnos alcanzar las citadas capacidades.

4º.- En la cuarta etapa se ha realizado un contraste de las cualificaciones y de las titulaciones en el que han participado las organizaciones empresariales, sindicales, profesionales y otros organismos de la Administración.

En la presente publicación se recogen los elementos curriculares básicos de los ciclos formativos que constituyen la familia profesional de Comercio y Marketing y los perfiles profesionales que han servido de referencia para definir la formación de cada uno de ellos. Además, se ha incluido información relativa a las especialidades del profesorado necesarias para su impartición, los requisitos mínimos de espacios e instalaciones que son precisos, el acceso a estudios superiores y las convalidaciones o correspondencias con otras materias, cursos, certificaciones o la práctica laboral, correspondientes.

Completa este trabajo un conjunto de Anexos en los que se recoge una información complementaria que ayudará a comprender el contenido de la documentación del ciclo formativo y el proceso seguido para su elaboración.

En el **Anexo I** se adjunta el Real Decreto 676/1993 por el que se establecen directrices generales sobre los Títulos y las correspondientes enseñanzas mínimas de Formación Profesional y el Preámbulo del Real Decreto 1666/1994 por el que se establece el currículo de los ciclos formativos. En estas dos disposiciones se encuentran la mayoría de los conceptos y términos utilizados en los Títulos Profesionales.

En el **Anexo II**, correspondiente a la segunda etapa del proceso de elaboración antes mencionado, se incluyen la composición del Grupo de Trabajo y las personas que por la administración educativa han intervenido en la elaboración de los Títulos. También se adjuntan algunos productos intermedios del análisis realizado de los procesos productivos del sector, que permitirá conocer las actividades económico-productivas relativas a los Títulos y una mejor comprensión de sus campos profesionales.

En el **Anexo III**, se relacionan las organizaciones empresariales, sindicales, profesionales, organismos e instituciones consultadas en la etapa cuarta de la metodología.

En el **Anexo IV** se adjunta la terminología básica adoptada en la metodología de elaboración del Catálogo de Títulos, que puede contribuir a la mejor comprensión de los conceptos y términos utilizados en el título profesional.

La publicación en el B.O.E. de estos títulos profesionales culmina un proceso de trabajo en el que ha participado numerosas personas de un amplio conjunto de instituciones y organizaciones del sector.

Hay que destacar también la colaboración de las organizaciones e instituciones a las que pertenecen los expertos del sector y los expertos educativos que han formado parte del grupo de trabajo; debe señalarse especialmente la dedicación y esfuerzo de este grupo en una tarea en cierta medida tangencial a su trabajo profesional o docente.

A todos ellos, en nombre del equipo del Proyecto de Renovación de los Contenidos de F.P. agradezco su dedicación y contribución a la renovación de la formación profesional de la familia de Comercio y Marketing.

ANTONIO RUEDA SERÓN

Director del Proyecto de Renovación de los Contenidos de F.P.

Gestión Comercial y Marketing

Denominación: GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING

Nivel: FORMACIÓN PROFESIONAL DE GRADO SUPERIOR

Duración del ciclo formativo: 1.400 HORAS

REALES DECRETOS: Título: 1651/1994 (B.O.E. 28/09/1994)
Curriculo: 1666/1994 (B.O.E. 04/10/1994)

1. REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

- 1.1.1. Competencia general
- 1.1.2. Capacidades profesionales
- 1.1.3. Unidades de competencia

Obtener, procesar y organizar la información en la investigación comercial

Elaborar la información de base para el establecimiento de las políticas de marketing y controlar la acción publicitaria

Gestionar el proceso de logística comercial

Planificar y dirigir las actuaciones de “merchandising” en el establecimiento comercial

Gestionar las operaciones de compraventa de productos y/o servicios

- 1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL
 - 1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos
 - 1.2.2. Cambios en las actividades profesionales
 - 1.2.3. Cambios en la formación
- 1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO
 - 1.3.1. Entorno profesional y de trabajo
 - 1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

- 2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO**
 - 2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO
 - 2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA
 - Investigación comercial
 - Políticas de marketing
 - Logística comercial
 - Marketing en el punto de venta
 - Gestión de la compraventa
 - 2.3. MÓDULOS PROFESIONALES TRANSVERSALES
 - Aplicaciones informáticas de propósito general
 - Lengua extranjera
 - 2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO
 - 2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN

- 3.1. **MATERIAS DEL BACHILLERATO QUE SE HAN DEBIDO CURSAR PARA ACCEDER AL CICLO FORMATIVO CORRESPONDIENTE A ESTE TÍTULO**
- 3.2. **PROFESORADO**
 - 3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo
 - 3.2.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo
 - 3.2.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia
- 3.3. **REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS**
- 3.4. **CONVALIDACIONES, CORRESPONDENCIAS Y ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS**
 - 3.4.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional
 - 3.4.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral
 - 3.4.3. Acceso a estudios universitarios

1. REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

1.1.1. Competencia general

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico son:

Obtener y/o elaborar la información referida al mercado, producto, servicio, precio, distribución y comunicación; gestionar los planes de actuación correspondientes a las compras, logística y venta de productos y/o servicios y supervisar su realización de conformidad con las instrucciones recibidas y legislación vigente.

Este técnico actuará, en su caso, bajo la supervisión general de Licenciados y/o Diplomados.

1.1.2. Capacidades profesionales

Obtener datos relativos a la investigación comercial, controlando la fiabilidad de las fuentes de información, procesar y organizar dicha información, aplicando las técnicas estadísticas adecuadas.

Elaborar la documentación de base necesaria para establecer las diferentes políticas de marketing; obteniendo y valorando la información sobre la definición del producto o servicio, su precio y el de la competencia, en productos o servicios similares, controlando y valorando la eficacia de la acción publicitaria.

Gestionar la logística comercial, organizando los espacios y el funcionamiento del almacén, controlando los movimientos de mercancías, organizando los procedimientos de distribución de los productos y gestionando las existencias en almacén y las devoluciones de mercancías.

Planificar y dirigir las actuaciones de “merchandising”, definiendo escaparates, realizando la distribución de la superficie de venta, organizando promociones en el propio comercio y controlando las actuaciones de “merchandising” que se realizan en el establecimiento comercial.

Gestionar las operaciones de compraventa de productos y/o servicios, manteniendo relaciones con los proveedores, estableciendo sistemas de información como soporte de la actividad comercial, elaborando y poniendo en marcha el plan de acción de la operación de venta y controlando el desarrollo y evolución de las actuaciones del equipo de ventas y el cumplimiento de las condiciones pactadas con los proveedores.

Poseer una visión global e integrada de los distintos efectos que pueden producir la aplicación de las políticas de marketing.

Adaptarse rápidamente a la evolución cambiante de los mercados, composición y prestaciones de los productos y servicios que comercializa y a los sistemas de control informático que se apliquen en su trabajo.

Poseer una visión global e integrada del proceso comercial relativa a los diferentes aspectos técnicos, organizativos, económicos y humanos relacionados con aquél.

Adaptarse a nuevas situaciones laborales generadas como consecuencia de los cambios producidos en las técnicas, organización laboral y aspectos económicos relacionados con su profesión.

Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo de su trabajo, coordinando su actividad con otras áreas de la organización.

Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, responsabilizándose de la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, organizando y dirigiendo tareas colectivas y cooperando en la superación de las dificultades que se presenten.

Resolver problemas y tomar decisiones en el ámbito de las realizaciones de sus subordinados y de los suyos propios, en el marco de las normas y planes establecidos, consultando con sus superiores la solución adoptada cuando los efectos que se puedan producir alteren las condiciones normales de seguridad, de organización o económicas.

Estudiar y proponer nuevos criterios o acciones encaminados a mejorar la actividad de su unidad, manteniéndose informado de las innovaciones, tendencias, tecnología y normativa aplicable a su ámbito de competencia.

Requerimientos de autonomía en las situaciones de trabajo

A este técnico, en el marco de las funciones y objetivos asignados por técnicos de nivel superior al suyo, se le requerirán en los campos ocupacionales concernidos, por lo general, las capacidades de autonomía en:

Recogida de información del mercado y análisis estadístico de los datos.

Elaboración de informes que recojan las conclusiones de la investigación comercial.

Organización del funcionamiento del almacén.

Preparación y coordinación de los materiales y equipo humano de las acciones publicitarias.

Negociación con clientes y proveedores, y medios de comunicación.

Control de movimientos de mercancías en los diversos almacenes.

Seguimiento de la acción publi-promocional.

Definición del plan de "merchandising".

Cierre de la compraventa.

Selección de fuentes de datos.

Control de las actuaciones de "merchandising".

1.1.3. Unidades de competencia

1. Obtener, procesar y organizar la información en la investigación comercial
2. Elaborar la información de base para el establecimiento de las políticas de marketing y controlar la acción publicitaria.
3. Gestionar el proceso de logística comercial.
4. Planificar y dirigir las actuaciones de "merchandising" en el establecimiento comercial.
5. Gestionar las operaciones de compraventa de productos y/o servicios.

Unidad de Competencia 1:

Obtener, procesar y organizar la información en la investigación comercial

REALIZACIONES

1.1. Obtener la información procedente de las fuentes primarias y secundarias, asegurando su fiabilidad y teniendo en cuenta el coste y objetivos de la investigación de mercado.

1.2. Controlar la correcta recogida de datos de las fuentes primarias.

1.3. Procesar la información recogida en la investigación comercial aplicando las técnicas estadísticas adecuadas que permitan obtener conclusiones aplicables al objeto del estudio.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican las variables macro/microeconómicas, sociológicas y comerciales que afectan a los objetivos de la investigación de mercados.

Se identifican y seleccionan las fuentes de información (internas/externas) que proporcionen datos representativos del objeto de estudio.

Se elaboran formatos expresando adecuadamente la información que se desea de los distintos departamentos de la organización.

Se aplican los procedimientos establecidos para la obtención de información de fuentes externas.

Se seleccionan aquellas técnicas (cualitativas/cuantitativas) de recogida de información que dentro del presupuesto asignado proporcionen las mayores ventajas y los datos más fiables y representativos.

Se definen los parámetros que hay que valorar en la aplicación de la técnica de recogida de datos (encuesta personal, encuesta telefónica, observación, experimentación,...) de las fuentes primarias seleccionadas de manera que optimice el tratamiento e interpretación de la información.

Se define el tamaño de la muestra representativo del universo que hay que estudiar, criterios de selección de los individuos u organización que componen la muestra y parámetros cuantitativos y cualitativos que hay que medir.

Se selecciona, en su caso, a los encuestadores aplicando los criterios más adecuados (experiencia, capacidad) a través de una entrevista personal.

Se forma, en su caso, a los encuestadores, dando las pautas del comportamiento adecuado ante el interlocutor y población objetivo a la que dirigirse en la recogida de datos.

Se evalúa el tiempo necesario y el coste económico de la obtención de los datos, controlando que se mantienen dentro de las especificaciones recibidas.

Se establecen procedimientos de control que permiten detectar con rapidez anomalías en el desarrollo del trabajo.

Se controlan las liquidaciones de gastos del trabajo de campo, detectando, en su caso, desviaciones y aplicando las medidas correctoras.

Se definen medidas aplicables en el desarrollo del trabajo de campo que aseguran la fiabilidad de los datos recogidos.

Se aplica nuevamente la técnica de recogida de datos elegida, cuando se ha observado que la forma y tiempo no son los especificados y la cantidad y calidad no es la requerida.

Se tabulan los datos obtenidos de las fuentes primarias y secundarias, utilizando medios convencionales o informáticos (frecuencias absolutas o relativas), organizando la información de manera que facilite su interpretación.

Se aplican correctamente los estadísticos correspondientes (media, mediana, varianza, simetrías, curtosis,...), obteniendo valores representativos del estudio.

Las hipótesis formuladas sobre un determinado fenómeno son contrastadas aplicando las técnicas correctas de inferencia estadística.

Los valores obtenidos de la aplicación de las técnicas estadísticas (estadísticos, contrastación de hipótesis,...) se comparan con parámetros de referencia contextualizados y se interpretan adecuadamente, obteniendo conclusiones operativas para la investigación comercial.

1.4. Presentar en tiempo y forma las conclusiones derivadas del trabajo de campo y análisis estadístico realizado.

Se confecciona el documento en el que se detalla la valoración del trabajo de campo desarrollado en la investigación comercial y las conclusiones obtenidas del análisis estadístico, de una manera clara, concisa y de fácil interpretación.

La estructuración de los datos que contiene el informe se realiza de una forma ordenada y homogénea, facilitando la consulta de información concreta en todo momento.

Se relacionan coherentemente las conclusiones obtenidas en la investigación de mercado con el objeto del estudio.

1.5. Operar en el “Sistema de Información de Mercados” y controlar su funcionamiento optimizando el coste y el tiempo de acceso a la información almacenada.

Se organiza, a través de medios convencionales o informáticamente, la información obtenida de estudios de mercado realizados, aplicando técnicas de archivo que faciliten el acceso a la misma.

Se selecciona y coordina la información que llega, de acuerdo con las necesidades.

Se verifica el correcto funcionamiento de los canales de información que integran el SIM (Sistemas de Información de Mercados), detectando cualquier tipo de anomalía y proponiendo, en su caso, alternativas.

Se mantiene actualizado en todo momento el SIM de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Se obtiene el tiempo y el coste óptimo para el acceso a los datos almacenados en los canales de información existentes, aplicando los métodos adecuados.

DOMINIO PROFESIONAL

Información (naturaleza, tipo y soportes)

Estudios de coyuntura socio-económica del mercado respectivo y competencia. Catálogos, revistas especializadas. Bases de datos internas que contienen información acerca de la actividad de la empresa. Anuarios económicos oficiales (tanto nacionales como internacionales). Datos recogidos a través de encuestas diseñadas específicamente para el objeto de estudio. Organización de sistemas de información de mercados. Formación y selección de encuestadores. Textos sobre temas comerciales.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: Entornos de usuario, hojas de cálculo, estadística, bases de datos, procesadores de textos.

Procesos, métodos y procedimientos

Control de la recogida de datos referentes a la investigación de mercado. Análisis estadístico de la información recogida en el trabajo de campo. Técnicas cuantitativas y/o cualitativas de recogida de información. Organización de Sistemas de Información de Mercados. Formación y selección de encuestadores.

Principales resultados del trabajo

Informes sobre la investigación comercial efectuada. Base documental con información acerca del mercado (sectores, productos y otras) y variables macro-microeconómicas y comerciales.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Empresas que solicitan servicios de investigación de mercados. Departamento comercial. Departamento de marketing.

Unidad de Competencia 2:

Elaborar la información de base para el establecimiento de las políticas de marketing y controlar la acción publicitaria

REALIZACIONES

2.1. Obtener y valorar la información acerca del producto o servicio y de los factores que lo definen para la elaboración de la política de producto.

2.2. Obtener y evaluar la información necesaria del precio propio y de la competencia para la elaboración de la política de precios.

2.3. Evaluar la estructura del canal de distribución para optimizar el tiempo y los costes.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican aquellas características del producto o servicio que le diferencian de los del resto del mercado (características técnicas, usos, fiabilidad, presentación, marca y envase).

Se calcula la tendencia del coste del producto o servicio, aplicando las técnicas estadísticas idóneas

Se detectan similitudes y discrepancias del segmento de consumidores al que debe designarse el producto o servicio respecto al segmento al que se dirige la competencia, deduciendo las posibilidades de penetración en el mismo.

Se detallan los segmentos más atractivos potencialmente, aplicando correctamente criterios de volumen y frecuencia de compra.

Se calcula correctamente la rentabilidad que se obtiene en la línea y en la gama del producto o servicio.

Se identifican los parámetros que componen el precio de venta del producto.

Se calculan los porcentajes de participación en el precio de venta, de cada uno de los parámetros que lo integran valorando su incidencia en el precio total.

Se identifican las fuentes de datos que proporcionan la información acerca de los precios de la competencia.

Se contrastan los precios propios con los de la competencia identificando las causas de las variaciones.

Se calcula la elasticidad de los precios del mercado objeto de estudio, determinando el efecto en la demanda de las posibles variaciones en el precio del producto.

Se evalúan los efectos en el precio de venta de las distintas condiciones comerciales ofrecidas en cada canal de distribución y su estructura.

Se calcula "el punto muerto" de la empresa, a partir de los precios establecidos y del nº de unidades vendidas del producto.

Se calcula la tendencia del margen bruto del producto, aplicando las técnicas estadísticas.

Se proponen posibles mejoras en los márgenes a partir del análisis de los componentes del coste total del producto, punto muerto y tendencia del mercado.

Se identifica, en su caso, la normativa legal vigente en lo relativo a precios.

Se valoran los efectos que produce la aplicación de la discriminación de precios en el beneficio obtenido por la venta del producto.

Se determinan las variables y sus relaciones funcionales con el canal de distribución, caracterizándolo de forma que permita su estudio y las decisiones sobre el mismo.

Se calcula el coste que supone la distribución física (transporte y almacén) y la consecución del pedido (comisión, márgenes y otros), teniendo en cuenta todos los elementos que pueden afectar al mismo.

Se proponen diferentes estructuras de distribución que suponen la optimización de tiempo y costes, a través de un análisis y cuantificación de:

Nº de etapas del canal.

Tipos de intermediarios.

Intensidad de la distribución.

Se presentan en tiempo y forma las valoraciones, conclusiones y propuestas asociadas a los canales de distribución, a través de un informe que estructure los datos de forma clara y concisa.

2.4. Organizar la campaña publicitaria de acuerdo con los objetivos definidos y controlar la eficacia de la acción desarrollada.

Se identifican los objetivos de la campaña publicitaria para la organización adecuada de la actividad.

La organización del plan está perfectamente estructurada y programada y las actuaciones se ajustan en tiempo y forma a los planes establecidos.

Se controla la correcta aparición, con la frecuencia y tiempo contratados, de los elementos publicitarios en los distintos medios.

Se diseñan, en su caso, diferentes tests y encuestas basados en el recuerdo de la publicidad. (Test de asociación de ideas entre un producto y uno o varias marcas. Test de asociación de ideas entre un tipo de producto y un tema publicitario. Test de identificación de la marca y otros) para recoger la información necesaria y evaluar la eficacia de la acción publicitaria.

Se dan instrucciones a los encuestadores sobre procedimientos y población objetivo, que faciliten el desarrollo del trabajo de campo, cuando se realizan encuestas sobre eficacia publicitaria.

Se obtienen, en el momento adecuado, las desviaciones comparando los logros con los objetivos perseguidos por la acción publicitaria en relación principalmente al público objetivo y volumen de ventas, para adoptar medidas eficaces de corrección.

Se adoptan soluciones, de acuerdo con la responsabilidad asignada, cuando se detecta cualquier anomalía en la ejecución de la campaña publicitaria.

Se obtiene información sobre la rentabilidad que ha supuesto la ejecución de la campaña a través del cálculo de los ratios adecuados (coste/ nº unidades vendidas...).

Se presenta en tiempo y forma la valoración de la acción publicitaria para adoptar, si es necesario, medidas correctoras.

2.5. Organizar la información de base obtenida de la valoración de las variables que intervienen en el "marketing-mix" para la elaboración del plan.

Se elabora un informe, que de forma estructurada y homogénea, recoja la información y conclusiones obtenidas en el análisis del "marketing-mix".

Se transmite el informe de forma clara y en el tiempo establecido para la elaboración del plan de marketing.

La información se archiva y trata siguiendo criterios de archivo y aplicando procedimientos establecidos utilizando medios convencionales o informáticos.

DOMINIO PROFESIONAL

Información (naturaleza, tipo y soportes)

Información sobre el producto, precio, producción, finanzas. Información económica de la empresa. Estructura de canales de distribución. Información sobre acciones publicitarias y promocionales propias y de la competencia. Acciones de marketing históricas. Textos sobre temas comerciales.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: entornos de usuario, hojas de cálculo, marketing, bases de datos, procesadores de textos.

Procesos, métodos y procedimientos

Búsqueda de la información necesaria para el análisis del entorno y de los factores relevantes en: la política de producto, servicio, precios, canales de distribución, red de ventas, acciones publi-promocionales. Análisis de costes y rentabilidades de los elementos que intervienen en la elaboración de la política de marketing. Métodos y técnicas estadísticas en la búsqueda y análisis de la información de las políticas de marketing. Métodos de valoración de la eficacia de acciones publi-promocionales.

Principales resultados del trabajo

Información de base ("Briefing") del producto-marca para elaborar el plan de marketing. Control de la acción publicitaria.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Empresas que solicitan servicios de estudios de marketing. Departamento comercial. Departamento de producción. Agencias publicitarias. Director de marketing. Vendedores. Medios de comunicación.

Unidad de Competencia 3: Gestionar el proceso de logística comercial

REALIZACIONES

3.1. Organizar el espacio físico y el funcionamiento del almacén, teniendo en cuenta la eficiencia en el sistema de distribución interna y la normativa de seguridad e higiene.

3.2. Controlar los movimientos de mercancías de los diversos almacenes de la red, asegurando un sistema de distribución eficiente.

3.3. Organizar y gestionar el proceso de distribución de los pedidos de manera que la entrega se efectúe en la forma y plazos establecidos.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican los parámetros que se deben tener en cuenta para la organización de los procesos de almacenaje, estructura de espacios y condiciones del almacén.

Se estructuran las zonas del almacén determinando el acondicionamiento de las mismas, de acuerdo con criterios establecidos, características de los productos/materiales y normativa de seguridad e higiene, y valorando el espacio, movilidad de manipulación, distribución interna y tiempo.

Se determina el procedimiento de distribución, manipulación y movimiento de los productos en el almacén, de acuerdo con criterios y métodos establecidos por la organización, consiguiendo la optimización del espacio y del tiempo de operación.

Se distribuye el personal a su cargo entre las diferentes secciones, asignando tareas y definiendo directrices genéricas de funcionamiento interno, de manera que se optimice el desarrollo de la actividad.

Se establece un sistema de control documentario del almacén para obtener la información del desarrollo y nivel del sistema de distribución.

La maquinaria y herramientas utilizadas en las operaciones de almacenaje se determinan en función de la reducción que suponen en el tiempo de manipulación y distribución, de las características del almacén y de las mercancías y materiales, teniendo en cuenta el presupuesto establecido.

Se identifican las innovaciones tecnológicas existentes en el mercado asociadas al manejo de productos o materiales, proponiendo posibles cambios e inversiones que aumenten la productividad.

Se organiza el proceso de tratamiento de la información, utilizando los métodos informáticos apropiados para facilitar el acceso a la información y optimizar el funcionamiento del almacén.

Se obtiene la información previa sobre los niveles de existencias, disponibilidad de espacios, entrada y salida de mercancías en los diversos almacenes.

Se determina el orden de prioridad con el que tienen que salir los pedidos de los distintos almacenes, en función de criterios previamente establecidos y necesidades de servicio a los clientes.

Se compara el período medio de maduración real de las existencias con el previsto en los distintos almacenes de la red, detectando posibles desviaciones en el flujo de mercancías o productos, e informando en tiempo y forma al departamento correspondiente.

Se coordina la interacción entre la gestión de los pedidos y el control de existencias de manera que se mantengan siempre en los niveles establecidos.

Se identifica la normativa aplicable a cada medio de transporte.

Se sintetiza toda la información de los servicios de transporte (características, condiciones ofrecidas, funcionamiento, fletes y tarifas, costes/tarifas de operaciones auxiliares, otras), aplicando técnicas de organización y tratamiento de la información.

Se gestiona el contrato con el medio de transporte que ofrece mejor calidad del servicio, de acuerdo con las características del producto, tiempo establecido para su entrega, presupuesto e instrucciones recibidas.

Se determina el proceso de preparación del pedido, indicando ubicación de la mercancía, etiquetado, embalaje, documentación que debe acompañar al producto e instrucciones para el transportista.

3.4. Gestionar las existencias en almacén, de acuerdo con criterios establecidos, asegurando el nivel de servicio al cliente y la optimización del coste de los “stocks”.

Se establecen rutas de transporte, consolidando envíos, racionalizando la asignación de recursos humanos y materiales disponibles considerando los tiempos de recogida y entrega de mercancías.

Se detectan y resuelven con rapidez las contingencias producidas durante la operación de distribución.

Se obtiene el valor de los costes de distribución para el control y se aplican, cuando es necesario, las medidas que los optimicen.

Se controla que el pedido llega a su destino en tiempo y forma, asegurando el cumplimiento de las condiciones del servicio contratado.

Se realizan los cálculos necesarios para obtener el valor de los productos en el almacén, aplicando el criterio de valoración establecido, (FIFO, LIFO, PMP y otros) y trasladando los datos al formato diseñado, con procedimientos convencionales o informáticos.

El inventario se realiza en el formato adecuado de una manera convencional o informáticamente, efectuando correctamente los cálculos necesarios y en la fecha establecida.

Se obtiene el valor correcto de la rotación de existencias identificando los parámetros que intervienen en su cálculo.

Se obtiene el valor del “stock” óptimo y mínimo que determina los márgenes de circulación de las mercancías en almacén.

Se establecen previsiones de existencias en almacén para evitar roturas de “stock” y que la relación nivel de existencias y nivel de servicio sea óptima.

Se controla que el nivel de existencias en el almacén está de acuerdo con los niveles determinados, utilizando los métodos establecidos.

3.5. Controlar y gestionar las devoluciones de mercancías, agilizando el proceso para solucionar las contingencias, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Se establecen medidas de organización del almacén para ubicar correctamente las mercancías durante el periodo necesario y facilitar el normal funcionamiento del mismo.

Se identifican las causas de devolución del pedido para definir líneas de actuación adecuadas.

Se controla el nivel de devoluciones de pedidos por los clientes para detectar con rapidez volúmenes anormales, y se adoptan, cuando es necesario, las medidas oportunas.

La información sobre las devoluciones de pedidos se trata informáticamente, facilitando las operaciones de gestión y se mantienen actualizadas en todo momento las bases de datos correspondientes.

Se proponen las medidas correctoras oportunas para corregir las causas de la devolución.

DOMINIO PROFESIONAL

Información (naturaleza, tipo y soportes)

Información sobre la estructura de los canales de distribución existentes en el mercado: entorno, intermediarios, empresa, producto y conflictos de competencia. Información sobre los distintos medios de transporte. Información sobre distintos tipos de envase y embalaje. Información técnica del producto. Información sobre sistemas de manipulación de cargas existentes en el mercado. Inventarios de mercancías, listado de huecos de almacén, facturas, listado ABC de mercancías, órdenes de pedidos, albarán de entrada y de salida, normativa de seguridad e higiene. Textos sobre temas comerciales.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: entornos de usuario, hojas de cálculo, bases de datos, procesadores de textos, gestión de la logística comercial.

Procesos, métodos y procedimientos	Control del almacenamiento de las mercancías en las distintas fases de recepción, manipulación y expedición. Métodos de valoración de existencias y cálculo del "stock" óptimo y mínimo. Cálculo de costes de distribución-almacenaje. Gestión del transporte de las mercancías. Organización de almacenes. Sistemas de tratamiento de la información. Métodos de asignación de personal y tareas. Establecimiento de rutas de transporte. Preparación de pedidos.
Principales resultados del trabajo	Mercancía almacenada de acuerdo con sus características y naturaleza y en lugar adecuado de acuerdo con la normativa de seguridad e higiene. Mercancía distribuida a clientes en forma y plazos establecidos.
Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio	Jefes de almacén, Jefe de Logística, Departamento de Compras, comercio integrado (sucursales, cadenas comerciales), comercio independiente, comercio asociado (franquicias), empresas públicas y privadas. Departamento de distribución. Empresas de transporte.

Unidad de Competencia 4:

Planificar y dirigir las actuaciones de “merchandising” en el establecimiento comercial

REALIZACIONES

4.1. Definir el escaparate idóneo, disponer su montaje de acuerdo con las técnicas precisas y conseguir la imagen y efectos establecidos.

4.2. Distribuir la superficie de venta y organizar su acondicionamiento, optimizando el espacio y recursos disponibles, de acuerdo con la normativa de seguridad e higiene y los objetivos establecidos.

4.3. Determinar la implantación de productos que optimice el líneal.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se aplican técnicas de color, iluminación y escaparatismo adecuadas a las características del establecimiento y a la imagen que se quiere transmitir.

Se identifican las nuevas tendencias, gustos y preferencias del tipo de consumidor al que se pretende captar con el escaparate.

Se identifican los materiales, herramientas e instalaciones eléctricas precisas.

Se establece el proceso, se organiza al equipo humano que debe realizar el montaje y se coordina la ejecución del trabajo.

Con la imagen transmitida por el escaparate se logra la diferenciación dentro del marco de la competencia.

Se obtiene información directa y constante de las personas responsables del diseño gráfico para la definición del escaparate.

Las materias, herramientas e instalaciones se disponen y preparan adecuadamente y en tiempo.

El coste se mantiene en los límites establecidos.

Se identifica el mobiliario más adecuado atendiendo al tipo de características del local, productos, coste y clientes del mismo.

Se identifican las “zonas frías” y causas de su origen para establecer líneas de actuación.

La acción propuesta sobre las “zonas frías” optimiza las ventas.

Las secciones se ubican optimizando la circulación de la clientela y facilitando las compras de los consumidores ofreciéndoles una impresión de facilidad y rapidez en sus compras.

La distribución líneal del suelo consigue la optimización del espacio, el equilibrio y la promoción de ventas perseguida.

El acondicionamiento de la superficie: luces, elementos decorativos, colores, disposición de elementos, consigue los objetivos de imagen y promoción de ventas establecidos.

Se mantiene informado de las tendencias de la competencia.

Se consigue la optimización de los “facing” de acuerdo con criterios de organización y comerciales establecidos.

Se aplican los métodos adecuados para el cálculo del óptimo en el líneal.

La planificación de los productos se efectúa siguiendo criterios psicológicos, de hábitos de consumo y aplicando la normativa de seguridad e higiene.

Se buscan artículos que sean, bien complementarios, bien sustitutivos para facilitar de modo sistemático la venta.

Se determina el líneal mínimo en función del tamaño, del producto, tipo de envase, necesidad de exposición amplia y otras.

El espacio que ocupa cada producto y la altura a la que está colocado corresponde con la probabilidad de venta de cada producto.

Para cada producto se busca un equilibrio aparente entre su posición en el mobiliario y el nº de “facing” optimizados.

Se identifican las características de la gama de productos presentada al público por la competencia, precios y otros.

Se transmite correctamente al equipo humano responsable la información precisa sobre el momento y forma de reponer los productos.

4.4. Controlar las actuaciones de “merchandising” que se realizan en el establecimiento comercial.

Se detectan las existencias de artículos cuyo nivel de ventas ha estado por debajo del nivel mínimo previsto determinando las actuaciones de apoyo necesarias (ofertas, promociones y otros).

Se realiza un seguimiento de la imagen global transmitida al público de los puntos de venta, a través de métodos de observación.

Se controla el desarrollo de las acciones publi-promocionales, detectando posibles desviaciones entre objetivos previstos y reales y proponiendo medidas correctoras.

Se calcula el rendimiento por m² de superficie de venta y por metro lineal del suelo teniendo en cuenta:

La cifra de facturación anual

El beneficio bruto anual

Se valora la eficacia de la implantación de productos utilizando instrumentos de medida cualitativos y cuantitativos.

4.5. Organizar las promociones necesarias en el lugar de venta para lograr los objetivos previstos.

La actividad promocional está organizada en función de la forma y plazos establecidos.

Se determina la forma y el contenido del mensaje en función del objetivo que se pretende alcanzar.

Se determina el emplazamiento adecuado del tipo de promoción, aplicando técnicas de psicología.

El tipo de promoción en el lugar de venta se establece en función de las necesidades y posibilidades del establecimiento y aplicando criterios de rentabilidad.

Se selecciona la materialización del tipo de promoción idóneo para conseguir el objetivo perseguido (expositores, carteles, “displays”, máquinas expendedoras, letreros luminosos, personal de degustación, “stoppers”), analizando características y efectos que suponen en el consumidor.

Se propone la conveniencia de rentabilizar una estantería, una zona o varias con artículos en promoción.

Se identifica el tipo de promociones que están realizando los establecimientos del entorno y nuevas tendencias para aplicar, en su caso, las variaciones oportunas en las acciones del establecimiento.

DOMINIO PROFESIONAL

Información (naturaleza, tipo y soportes)

Revistas especializadas en decoración de establecimientos, ferias, cursos, congresos, jornadas, visitas a establecimientos diversos tanto nacionales como extranjeros, planos del establecimiento, normas de seguridad, informes del DPP, informes de ventas por secciones, informes sobre seguimiento de ventas promocionales, informes de otras ventas posibles (ventas de cabeceras de góndola, espacios destacados en una estantería, presentaciones especiales en una superficie de venta, escaparate, carritos, etc.). Textos sobre temas comerciales.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: entornos de usuario, hojas de cálculo, “merchandising”, bases de datos, procesadores de textos.

Procesos, métodos y procedimientos

Desarrollo de trabajos de campo en los que se analizan: tendencias, gustos y preferencias de los consumidores y actuaciones de la competencia. Análisis de los elementos o componentes idóneos para la determinación de un escaparate. Análisis y cálculos necesarios para obtener la ocupación del suelo, surtido de productos, optimización de lineales y PLV. Control de la política de “merchandising”.

Principales resultados del trabajo

Estrategia de “merchandising”. Control de las actuaciones de merchandising.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Director comercial, jefe de ventas, reponedor, personal que realiza las promociones en el lugar de venta, personal que realiza la cartelística y en general con el equipo humano que ejecuta el plan de “merchandising”, departamento creativo.

Unidad de Competencia 5:

Gestionar las operaciones de compraventa de productos y/o servicios

REALIZACIONES

5.1. Identificar y seleccionar proveedores potenciales de acuerdo con criterios establecidos y negociar determinados aspectos en la operación de compra según especificaciones recibidas.

5.2. Establecer un sistema eficaz de información que apoye las actividades de compraventa.

5.3. Elaborar y organizar el plan de acción en la operación de venta de acuerdo con los objetivos de la organización.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se obtiene información del segmento de proveedores que responde a las necesidades de suministro de mercancías en la empresa, aplicando los métodos de recogida de información adecuados.

Se analiza la oferta presentada por el proveedor y se identifican los aspectos sobre los que se puede negociar, teniendo en cuenta los márgenes establecidos por la organización.

Se seleccionan las ofertas de los proveedores, en función de la relación calidad/precio, adaptándose a las necesidades de aprovisionamiento de la organización.

Se identifica la normativa mercantil reguladora de contratos de compraventa de productos y/o servicios.

Se elabora el plan de negociación de la compra de acuerdo con las especificaciones recibidas, detallando las fases que lo componen, estructurando los aspectos fundamentales que hay que negociar y analizando posibles objeciones que pueden surgir en el proveedor.

La entrevista con el proveedor se dirige de acuerdo con la estrategia establecida reaccionando con prontitud ante cualquier incidencia no prevista.

En el trato con el proveedor se cuida el aspecto personal y la forma de expresión, de manera que se promuevan las buenas relaciones comerciales futuras.

Se obtiene el precio adecuado a los objetivos comerciales y ajustado al valor medio de mercado del producto que se va a comprar.

En el proceso de negociación se adopta una postura flexible y con predisposición positiva a los acuerdos, teniendo en cuenta los objetivos generales de la empresa.

Cuando el carácter de la operación de compra sobrepasa la responsabilidad asignada se recurre con prontitud al superior jerárquico.

El proceso de organización de la información de compraventa permite obtener los datos necesarios en tiempo y forma adecuados.

Se elabora un fichero maestro de clientes/proveedores, detallando la información más relevante (nombre, dirección, pedidos, condiciones de pago, cobro, y otras).

Se determinan los criterios de archivo idóneos en el sistema de información (por zonas, productos, clientes, vendedores, etc)

Los informes que deben cumplimentar los vendedores se diseñan en un formato sencillo y fácil de completar, y en función de los parámetros necesarios que definen su actividad (nº y volumen de pedidos, nº visitas, actividades publi-promocionales y situación del producto propio y de la competencia).

Se establece un procedimiento para mantener actualizado el fichero de clientes/proveedores en todo momento.

Se definen y estructuran todos los parámetros que se consideran relevantes para la consecución de los objetivos y que afectan en alguna medida a las ventas y se establecen las líneas de acción adecuadas que configuren el plan.

El plan de acción es flexible en el grado que permita introducir cambios para mejorar la actuación.

Se organizan y programan rutas o visitas propias o del equipo de ventas, con criterios de eliminación de tiempos muertos y optimización de recursos.

Se transmite el plan de acción a los vendedores, a través de procedimientos adecuados, explicando los objetivos generales y los específicos de cada vendedor.

5.4. Programar y/o impartir la formación y el perfeccionamiento del equipo de ventas, de acuerdo con especificaciones recibidas.

Se selecciona el material didáctico idóneo que se utilizará en el desarrollo de la formación, en función de las actividades que hay que realizar y del presupuesto establecido.

Se detectan puntos de perfeccionamiento en las actuaciones del equipo de ventas para determinar las líneas base sobre las que debe definirse el plan de formación.

Se determinan los conocimientos y actitudes que deben enseñarse, relacionados con las técnicas de venta y su aplicación a los productos de la empresa.

Se selecciona el lugar donde debe impartirse la formación en función del número de asistentes, valorando el acondicionamiento del espacio con los medios materiales necesarios para impartir el plan formativo previamente definido.

Se diseña un soporte que permita la recogida de la información sobre la valoración del aprovechamiento de la formación recibida por los vendedores.

Se establecen periódicamente programas de motivación para el equipo de vendedores que impulsen la acción de ventas.

Se determina el método de enseñanza-aprendizaje más adecuado en función de las características del equipo y de los objetivos establecidos.

La formación se desarrolla en función de los objetivos establecidos, aplicando los métodos adecuados previamente definidos y dentro del tiempo y forma acordados.

5.5. Intervenir en el proceso de negociación de la venta, cerrando aspectos de la operación que requieren decisiones de su responsabilidad, para llegar a establecer una relación comercial en las mejores condiciones, aplicando las técnicas de negociación y comunicación adecuadas.

Se realizan gestiones de precontacto para sondear la capacidad de compra del cliente potencial y obtener la información necesaria para el desarrollo óptimo del proceso de negociación.

Se planifica, cuando es necesario, previamente la presentación del producto y negociación de la venta de manera que se cubran todos los puntos importantes, se gane tiempo, se controle la entrevista, se evite la ambigüedad y se determine el momento del cierre.

La amabilidad, aspecto personal y corrección son los precisos para transmitir la mejor imagen de la empresa y generar un entorno de empatía.

En aquellas situaciones u operaciones que requieren su intervención en la negociación de las condiciones que regularán la venta, la comunicación es bidireccional y se aplican las técnicas adecuadas al tipo de cliente y a la situación comercial.

Se resuelven satisfactoriamente las dudas, confusiones y objeciones que han surgido en el cliente en el desarrollo de las negociaciones, promoviendo las relaciones futuras.

5.6. Controlar el desarrollo y evolución de las actuaciones del equipo de ventas para optimizar la actividad y alcanzar los objetivos previstos.

Se organiza el proceso de control del desarrollo de la actuación del equipo de ventas, definiendo métodos para detectar rápidamente cualquier anomalía.

Se verifica el correcto cumplimiento de los términos del contrato de venta.

Se valora en términos de costes la incidencia en la venta y se analizan las medidas que solucionen la situación favorablemente.

Se contacta, si es necesario, con el cliente, exponiéndole la anomalía y negociando condiciones que satisfagan a ambas partes.

Se obtiene información periódica sobre la eficacia del vendedor respecto a los objetivos previstos en función de las ventas y tipo de canal de distribución, a través de los procedimientos establecidos.

Se detectan problemas, oportunidades, puntos fuertes y débiles a partir del análisis de los informes presentados periódicamente por los vendedores.

Se realiza un balance cuantitativo y cualitativo de la actividad de la venta, comparando las realizaciones y previsiones y proponiendo acciones correctoras cuando las desviaciones no están dentro del margen aceptable.

Se obtiene periódicamente información sobre la situación y rentabilidad de las ventas a través del cálculo de ratios específicos (objetivos/realización, nº pedidos/nº visitas, ventas por producto/zona/cliente, gastos/ventas), para adoptar posibles medidas correctoras.

Se detecta si el problema de la desviación tiene su origen en el plan de marketing o en el equipo de ventas, a través de procedimientos establecidos.

Se resuelve la reclamación cuando supera la responsabilidad del equipo de ventas, siempre con el consentimiento y conformidad del cliente, teniendo en cuenta la política establecida por la empresa y la satisfacción del cliente.

5.7. Controlar el cumplimiento de las condiciones pactadas con los proveedores, verificando que los suministros se ajusten a los pedidos realizados.

Se organiza el proceso de seguimiento de las compras y se definen los controles que deben ser efectuados por el almacén en la recepción de los pedidos, para detectar rápidamente cualquier anomalía.

Se verifica el correcto cumplimiento de los términos del contrato de compra a partir de la información obtenida de almacén.

Se valora en términos de costes la incidencia en la recepción del pedido y se analizan medidas que solucionen la situación favorablemente.

Se contacta, si es necesario, con el proveedor exponiéndole la anomalía y negociando nuevas condiciones del pedido recepcionado que satisfagan a ambas partes.

DOMINIO PROFESIONAL

Información (naturaleza, tipo y soportes)

Estudios de mercado sobre el sector, marcas, precios, gustos, preferencias y otros. Plan de marketing. Listado ABC de venta. "Rapport" de visitas. Fichas de clientes y proveedores. Información técnica y de uso o consumo del producto o servicio que se comercializa. Quejas y/o reclamaciones de clientes. "Ranking" de productos o servicios. Informes del equipo de ventas. Catálogos, argumentos de venta, modelo de "rapport" de visitas a clientes reales y/o potenciales, modelo de quejas o reclamaciones. Textos sobre temas comerciales.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: entornos de usuario, hojas de cálculo, gestión comercial, bases de datos, procesadores de textos.

Procesos, métodos y procedimientos

Recogida de información del mercado de clientes o proveedores. Control de aprovisionamientos. Archivo, actualización y conservación de la información. Enseñanza y/o aprendizaje a vendedores. Control de ventas. Negociación de operaciones de compra y/o venta.

Principales resultados del trabajo

Fichero maestro de proveedores o clientes. Plan de formación del equipo de ventas. Control de las actuaciones del equipo de ventas. Plan de acción de ventas. Compra del producto o servicio. Control de la compra.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Clientes, proveedores, personal administrativo, Director Comercial. Equipo de vendedores. Departamento de marketing. Departamento de producción. Almacén.

1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL

1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos

El consumidor que busca una calidad y surtido estándar, será sustituido progresivamente por otro que desea optimizar su gasto a través de una mayor calidad en los productos que consume, mayor seguridad, mejor información de los productos, mayores garantías por parte de la empresa que lo oferta y, en general, un aumento de la cantidad y calidad de los servicios ofrecidos de forma complementaria.

El detallista se enfrenta a la necesidad creciente de presentar los productos de forma que resulten atractivos para el consumidor, con una presentación agradable, que los envases y envoltorios sean atractivos, que el surtido ofertado tenga amplitud y profundidad y que exista un amplio paquete de garantías y servicios post-venta.

Todas estas necesidades detectadas en el consumidor actual llevan a pensar en nuevas estructuras organizativas en la empresa, donde los departamentos de marketing adquieren una mayor importancia.

El servicio al cliente será el elemento diferenciador en las empresas, aumentarán los servicios disponibles (tarjetas de crédito, agencias de viajes, seguros,...) que facilitarán la concentración de las compras.

Se está produciendo un proceso de agrupación de distintas empresas de distribución mayorista en grandes superficies centrales de compra asociadas para incrementar su poder negociador con los proveedores. En este proceso se han tenido en cuenta las grandes distribuidoras europeas, que, al introducirse en el mercado de distribución español, suponen actuaciones competitivas.

Este tipo de asociaciones tendrán un mayor peso en los productos de gran consumo, alimentación y complementos, no así en el comercio especializado.

El fomento y extensión de nuevas técnicas y tecnologías comerciales (marketing telefónico, videotex, terminales pesados,...), y su aplicación en los procesos de compraventa, supondrán variaciones estructurales en las empresas con implicaciones directas en los costes.

El desarrollo a largo plazo de empresas de logística comercial modificará sustancialmente las estructuras empresariales.

1.2.2. Cambios en las actividades profesionales

En el contexto de empresas mayoristas se observa un desarrollo creciente de nuevas empresas dedicadas a la logística comercial, ofreciendo servicios de gestión, control de "stocks" y organización de almacenes, utilizando sistemas de transmisión electrónica (EDI). Esto supondrá un proceso de sustitución o reconversión de puestos de trabajo de la actividad mayoritaria tradicional.

El entorno empresarial actúa cada vez más en situaciones de certeza, lo que implica un análisis y diagnóstico del entorno constante, para que la empresa pueda anticipar oportunidades y planificar acciones que le permitan aprovecharlas, provocando un incremento en la solicitud de servicios de investigación de mercados.

Se observa un aumento en la demanda de vendedores especializados por segmentos de productos y, en general, un incremento cada vez mayor de profesionales dedicados a la acción comercial.

1.2.3. Cambios en la formación

El creciente desarrollo de la gestión integrada de los procesos de organización de almacenes, gestión de existencias y distribución de las mercancías a través de canales de distribución establecidos justifica la formación en logística comercial.

El área de idiomas se justifica por su carácter instrumental básico e importancia en el desarrollo óptimo de gestiones comerciales en cualquier entorno empresarial.

Las innovaciones que constantemente están apareciendo en los campos informáticos y electrónicos, aplicadas en las actividades comerciales suponen un incremento creciente en la formación asociada a las nuevas tecnologías aparecidas.

Los cambios que se producen en la coyuntura socio-económica y política del país crean las necesidades de disponer de estudios de mercado adecuados que aminoren el riesgo empresarial asociado a cualquier decisión comercial, acrecentando de manera progresiva la necesidad en formación sobre técnicas de investigación de mercados.

Se detectan necesidades crecientes de formación en el ámbito del marketing, capacitando a profesionales para analizar estrategias comerciales que aprovechen oportunidades de mercado, alcancen objetivos establecidos y proporcionen los servicios externos esperados por el consumidor.

Se prevé un incremento a medio plazo de las necesidades formativas en métodos de negociación para realizar operaciones de compraventa de productos y/o servicios.

1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO

1.3.1. Entorno profesional y de trabajo

El Técnico en Gestión Comercial y Marketing estará dirigido por los responsables de Compras, Ventas, Logística, Producto, Publicidad, Estudios Comerciales. Podrá supervisar el trabajo de un equipo de personas en el almacén, en el punto de venta o en la realización de la investigación comercial.

Esta figura podrá ejercer su actividad en todos los sectores productivos en las áreas de comercialización y en el sector del comercio.

Los principales subsectores en los que puede desarrollar su actividad son:

Industria: Departamento comercial. Departamento de marketing.

Intermediarios: Comercio independiente (comercio al por mayor, comercio al por menor); comercio integrado; comercio asociado, asesoramiento comercial y agencias comerciales.

Estos profesionales trabajarán por cuenta ajena en empresas medianas o grandes, realizando operaciones comerciales tanto de compra como de venta de medio o gran volumen, seleccionando a los proveedores y consiguiendo clientes y negociando las condiciones más ventajosas dentro de los límites impuestos por la empresa.

Necesitan conocer el mercado en su sector y en la zona donde desarrollen su actividad, por lo que será preciso que tengan la formación necesaria para realizar acciones de investigación comercial.

Puede organizar las diferentes secciones de venta, o ser responsable de sección, definiendo y organizando actuaciones de “merchandising”.

En el departamento de marketing, podrá colaborar en la investigación comercial, analizando los factores que determinan las políticas de marketing y puede intervenir en el seguimiento y control del plan establecido.

Según el tamaño de la empresa, puede ser el responsable de la distribución comercial o el ayudante del responsable de logística.

1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

Esta figura profesional se ubica fundamentalmente en las funciones: investigación comercial, compras, ventas, marketing y logística comercial.

Las técnicas y conocimientos tecnológicos abarcan el ámbito del comercio, y se encuentran ligadas directamente a:

Procesos de investigación comercial: métodos de recogida de información. Elaboración de informes. Preparación de trabajos de campo. Tratamiento de la información recogida. Operaciones con Sistemas de Información de Mercados.

Procesos de comercialización: políticas de marketing. Valoración de acciones publicitarias. Técnicas de “merchandising”. Elaboración del “briefing” del producto-marca. Organización del plan de acción de ventas. Elaboración de planes de formación a vendedores. Control del aprovisionamiento.

Proceso de logística comercial: Organización de almacenes. Gestión de existencias. Sistemas de distribución de productos/materiales.

Procesos de negociación: técnicas de comunicación y negociación. Elaboración de planes de negociación de compraventa.

Procesos de tratamiento informático de la información: programas integrados de gestión comercial y específicos de gestión de almacenes, de organización de Sistemas de Información de Mercados, de bases de datos, de gestión de “merchandising”,..

Ocupaciones y puestos de trabajo tipo más relevantes

Con fines de orientación profesional se enumeran a continuación las ocupaciones y puestos de trabajo que podrían ser desempeñados adquiriendo la competencia profesional definida en el perfil del título: Ayudante del Jefe de producto. Técnico de compra. Técnico de venta. Técnico de nuevas instalaciones. "Merchandiser". Encargado de almacén. Ayudante del jefe de logística. Coordinador jefe de grupo de representantes. Jefe de ventas. Técnico de marketing. Técnico en trabajos de campo de investigación comercial.

Posibles especializaciones

La figura profesional descrita, puede conseguir diversas especializaciones al insertarse en un puesto de trabajo concreto, para lo cual necesitará un período de formación o adaptación en el puesto de trabajo. La especialización de esta figura se deriva del producto que debe comercializarse.

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO

Desarrollar procesos de logística comercial, coordinando las diferentes actividades relacionadas con el movimiento y manejo de productos, desde los centros de producción hasta los puntos de consumo y asociando objetivos de la distribución con los objetivos comerciales de la empresa.

Planificar y desarrollar trabajos de campo, identificando fuentes primarias y secundarias, definiendo pautas que se deben seguir, ámbitos geográficos de aplicación y utilizando las técnicas de recogida de información adecuadas al objeto de estudio.

Interpretar la información obtenida de las variables macro/micro-económicas, políticas, sociológicas y comerciales, definir la relación funcional entre ellas y analizar los efectos que producen en diferentes estrategias comerciales.

Analizar los efectos que producen la aplicación conjunta de las políticas de marketing: precio, producto, servicio, comunicación y distribución, en la política comercial de una empresa, estableciendo la relación funcional que existe entre ellas.

Aplicar las técnicas estadísticas específicas a una serie de datos para obtener una determinada información, interpretando los resultados obtenidos y obteniendo conclusiones.

Evaluar y definir estrategias de “merchandising”, identificando características esenciales del espacio, imagen que debe ser transmitida por el establecimiento comercial, factores psicológicos asociados al consumidor que influyen en la concreción de actuaciones, seleccionando las técnicas y procedimientos en función de los objetivos comerciales y del efecto deseado.

Organizar procesos de compraventa, elaborando planes que determinen actuaciones y objetivos, seleccionando técnicas de negociación en función del tipo de clientes/proveedores y definiendo medidas de control que detecten desviaciones de los logros con las previsiones.

Utilizar técnicas de comunicación en las relaciones comerciales con clientes/proveedores y en el entorno de trabajo, para transmitir o recibir información y resolver situaciones conflictivas que pueden presentarse en el desarrollo de la actividad.

Interpretar información comercial en una determinada lengua extranjera y expresarse de forma correcta, en el idioma requerido, en relaciones comerciales internacionales.

Operar con programas informáticos que faciliten la gestión integrada de operaciones comerciales y estudios de mercado y optimicen el tratamiento y organización de la información originada en el desarrollo de la actividad.

Interpretar el marco legal, económico y organizativo que regula y condiciona la actividad industrial, identificando los derechos y las obligaciones que se derivan de las relaciones en el entorno de trabajo, así como los mecanismos de inserción laboral.

Seleccionar y valorar críticamente las diversas fuentes de información relacionadas con su profesión, que le permita el desarrollo de su capacidad de autoaprendizaje y posibiliten la evolución y adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA

Módulo Profesional 1: Investigación comercial

Asociado a la Unidad de Competencia 1: Obtener, procesar y organizar la información en la investigación comercial

CAPACIDADES TERMINALES

1.1. Relacionar el valor de las variables económicas y comerciales con los efectos que producen en el objeto de un determinado estudio comercial.

1.2. Aplicar las técnicas de recogida de información de las fuentes primarias en los estudios comerciales.

1.3. Definir procedimientos de recogida de información de las fuentes secundarias para los estudios comerciales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Enumerar y definir las magnitudes macroeconómicas más relevantes y explicar sus efectos en la economía nacional.
Enumerar y definir las principales variables microeconómicas y comerciales que pueden afectar a un determinado sector.
A partir de un supuesto práctico en el que se fija el objeto del estudio de mercado:

- Seleccionar las variables macro/micro-económicas y comerciales que tengan efectos en el estudio.
- Explicar la influencia o relación de las variables con el estudio y entre sí.

Describir los parámetros esenciales que se deben analizar para juzgar la fiabilidad de la información recogida en las fuentes primarias.

Identificar y explicar las técnicas de recogida de información de fuentes primarias más utilizadas en investigación comercial.

A partir de unos objetivos de estudio y un presupuesto dado, seleccionar la técnica de recogida de información primaria más adecuada, justificando su elección.

A partir de un supuesto estudio comercial con unas necesidades de información definidas e identificada una población-objetivo:

- Definir la muestra.
- Confeccionar un cuestionario para la obtención de la información.
- Realizar encuestas personales y telefónicas.
- Utilizar las aplicaciones informáticas adecuadas para la obtención y presentación del trabajo.

A partir de un cuestionario previamente diseñado y cumplimentado, detectar posibles errores en:

- Estructura de las preguntas.
- Conexión entre respuesta/pregunta.
- Muestra sometida al cuestionario.

Describir los parámetros esenciales que se deben analizar para juzgar la fiabilidad de la información recogida en fuentes secundarias.

Definir el concepto de fuente secundaria interna y externa y los procedimientos más utilizados de acceso a las mismas.

A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se precisa una determinada información necesaria para el desarrollo de un estudio comercial:

- Identificar las fuentes de información secundarias (internas/externas) y los procedimientos de recogida dentro de las mismas.
- Identificar las variables que hay que obtener de las fuentes de información secundarias que afectan al objeto del estudio comercial.
- Seleccionar la fuente de información secundaria (interna y/o externa) que puede proporcionar el valor de las variables previamente identificadas.
- Seleccionar y confeccionar el tipo de formato que más se adapte a los objetivos previstos para la recogida de datos.

Acceder a bases de datos informáticas para la obtención de la información.

Aplicar programas informáticos para el tratamiento y presentación adecuada del trabajo.

1.4. Analizar la información recogida en los procesos de investigación comercial, aplicando técnicas estadísticas.

Identificar y describir los principales estadísticos que se utilizan para la interpretación de datos.

Identificar y explicar los métodos de inferencia estadística en la interpretación de encuestas por sondeo y control de fiabilidad.

A partir de unos datos estadísticos recogidos para un estudio comercial, y aplicando, en su caso, el programa informático correspondiente:

Tabular los datos.

Seleccionar y aplicar los estadísticos necesarios para la obtención de la información deseada.

Comparar los resultados estadísticos obtenidos con los parámetros de referencia normalizados y deducir conclusiones.

Confeccionar un informe en el que se reflejen de manera clara y sintética las conclusiones, relacionando los resultados obtenidos del análisis estadístico con el objeto del estudio.

Aplicar los programas de estadística adecuados para el tratamiento de los datos.

1.5. Definir y elaborar planes de trabajo de campo, a partir de la definición del ámbito geográfico de los estudios de mercado.

Identificar los parámetros esenciales que hay que tener en cuenta en la organización de la recogida de datos a través de las encuestas.

Identificar las partidas que integran un presupuesto tipo de trabajo de campo.

Describir las principales pautas de actuación que deben observar los encuestadores en el desarrollo de su trabajo.

A partir de unos parámetros previamente identificados en un determinado estudio de mercado y de un cuestionario definido para la obtención del valor de los mismos:

Definir los criterios más adecuados para la selección de los encuestadores.

Describir las pautas de comportamiento que debe observar cualquier encuestador ante el interlocutor, en el desarrollo de su trabajo.

Definir el tamaño y características de la muestra representativa del universo objeto del estudio.

Deducir el tiempo necesario y el número de encuestadores necesarios para cumplir los objetivos previstos.

Estimar las partidas que constituyen el presupuesto del trabajo de campo definido.

Dados unos datos presupuestados y objetivos en la realización de un trabajo de campo y unos datos reales y logros obtenidos en la finalización del mismo:

Analizar las desviaciones producidas deduciendo causas que las originaron y especificando acciones correctoras.

1.6. Definir procedimientos de organización de datos obtenidos en estudios comerciales que contextualicen un Sistema de Información de Mercados (S.I.M.)

Explicar la tipología de los datos que son procesados por un S.I.M.

Describir las características de idoneidad que debe poseer un S.I.M.

Describir la finalidad esencial del S.I.M. y los objetivos que habitualmente persigue.

Explicar las técnicas de organización de la información más utilizada en un S.I.M.

A partir de un supuesto práctico en el que se ha recogido a través de una investigación comercial datos procedentes de diferentes tipos de fuentes:

Clasificar los datos según el tipo de fuente de información de donde proceden.

Aplicar una técnica adecuada para organizar y archivar la información suministrada y que suponga un fácil acceso a la misma.

Utilizar, en su caso un programa informático adecuado para el tratamiento y organización de la información.

CONTENIDOS (Duración 95 horas)

Teoría económica: introducción a la macroeconomía

La actividad económica.
Interdependencias económicas nacionales e internacionales.
Agregados económicos.
El macroentorno.
La oferta y la demanda nacional.

Los mercados y el comportamiento del consumidor

Finalidad del estudio.
Segmentación del mercado.
Enfoques del comportamiento del consumidor.
El proceso de decisión de compra.
Determinantes del comportamiento del consumidor.
Condicionantes internos.
 La motivación.
 La percepción.
 La experiencia y el aprendizaje.
 Características demográficas, socioeconómicas y psicográficas del comprador.
Condicionantes externos.

La investigación de mercados

Los objetivos de la investigación.
Planificación de la investigación de mercados.
Las variables cuantitativas y cualitativas.
Las fuentes de información: internas y externas.
Evaluación de los formatos existentes en las fuentes internas y externas.
 Criterios de aceptación o rechazo. Diseño de formatos en función de los objetivos.
Métodos de investigación de mercados.
La representatividad comportamental frente a la representatividad estadística.
El diseño de formatos para recogida de datos de fuentes primarias.
Los encuestadores.
 Técnicas de selección de encuestadores.
 Técnicas de formación de los encuestadores.
 Los métodos de control de los encuestadores.
Presupuestos.
Técnicas de elaboración y presentación de informes.

Sociología

Conceptos aplicables a la investigación comercial.

Psicología

Conceptos aplicables a la investigación comercial.

La Estadística en la investigación de mercados

La tabulación y sus técnicas: manual, programas informáticos.
Probabilidad. Las distribuciones de probabilidad.
La muestra y el muestreo aplicado a la investigación comercial.
Métodos de contraste estadístico.
Estimación estadística.
Las decisiones estadísticas.

El Sistema de Información de Mercados (S.I.M.)

Estructura del S.I.M.
Características de los datos.
Naturaleza de los flujos de información.

Utilización de paquetes integrados aplicables al tratamiento estadístico de la información

Módulo Profesional 2: Políticas de marketing

Asociado a la Unidad de Competencia 2: *Elaborar la información de base para el establecimiento de las políticas de marketing y controlar la acción publicitaria*

CAPACIDADES TERMINALES

2.1. Analizar los precios y costes de productos, relacionando las variables que intervienen en la formación de los mismos y aplicando métodos estadísticos y económicos.

2.2. Analizar la situación en el mercado de líneas de productos y evaluar la oportunidad y características de lanzamiento de nuevos productos.

2.3. Analizar los factores que definen la estructura de los canales de distribución.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar, clasificar y deducir los principales componentes del coste y precio de venta de un producto.

Identificar y explicar las técnicas estadísticas utilizadas en el cálculo de tendencias.

Identificar y explicar el procedimiento que se utiliza en el cálculo del punto muerto.

Identificar y describir los mecanismos esenciales de fijación de precios en una economía de mercado.

Identificar la normativa que regula los precios de los productos.

A partir de unos precios de un producto y un nº de unidades de venta, calcular el punto muerto de la empresa e interpretar el resultado.

Dado un supuesto práctico en el que se detallan los precios y el coste de un determinado producto en los últimos años, calcular la tendencia del coste y el margen, aplicando una técnica estadística.

A partir de un producto en el que se describe la tendencia del precio del mismo, el coste y precio de venta y el punto muerto:

Extraer conclusiones de la relación que existe entre los parámetros definidos.

Elaborar un informe que presente de una forma adecuada y homogénea la información derivada del estudio.

Identificar e interpretar la normativa que regula la comercialización de productos y marcas.

Dada una línea de producto determinada y las circunstancias que rodean esa línea: identificar, analizar, clasificar las debilidades y fortalezas que se pueden observar en el supuesto y justificar las conclusiones obtenidas.

A partir de una serie de datos referidos a la evolución de un mercado, segmentación y posicionamiento de marcas existentes:

Identificar las innovaciones en el mercado relacionadas con el producto objeto de estudio.

Evaluar la oportunidad de lanzamiento de un nuevo producto siguiendo criterios de: dimensión del mercado y cuantificación de posibles consumidores.

Analizar los posibles posicionamientos existentes con la finalidad de detectar huecos en el mercado.

Definir los rasgos que caracterizan al nuevo producto en función de los dos puntos anteriores.

Elaborar un informe que presente de una forma adecuada y homogénea la información derivada del estudio.

Enumerar y explicar las distintas tipologías de canales de distribución y variables que influyen en su estructura.

A partir de un conjunto de variables que intervienen en un canal de distribución, calcular el coste total aplicando precios tipo.

Dado un producto y tres canales de distribución convenientemente caracterizados:

Seleccionar el más adecuado que optimice tiempo y costes.

Definir la red de ventas.

<p>2.4. Elaborar una información de base (“briefing”) de productos-marcas para el desarrollo de planes de marketing.</p>	<p>A partir de unos datos de una empresa que comercializa unos determinados productos:</p> <p>Clasificar dichos productos en función de criterios de distribución comercial, costes de distribución y de ventas, explicando los problemas y oportunidades que justifican dicha clasificación.</p> <p>Elaborar un informe que presente de una forma ordenada y homogénea la información derivada del estudio.</p>
<p>2.5. Analizar distintas acciones publicitarias que pueden desarrollarse en la actividad empresarial.</p>	<p>Describir el concepto de “briefing”, finalidad del mismo, y elementos que lo componen.</p> <p>A partir de un “briefing” suministrado, analizar su información, relacionando los capítulos que incluye.</p> <p>Dado un conjunto de datos relacionados con un producto, escoger aquellos que son necesarios para elaborar la información de base del producto-marca, explicar dicha elección y clasificarlos en los capítulos adecuados.</p> <p>Utilizar una aplicación informática para la elaboración de un “briefing”.</p> <p>Describir los distintos tipos de publicidad, medios, soportes y formas publicitarias más utilizados en la práctica comercial habitual.</p> <p>Identificar e interpretar el marco jurídico e institucional regulador de la publicidad.</p> <p>Explicar los objetivos generales de la publicidad y las implicaciones que puede suponer en la actividad comercial.</p> <p>Describir las principales técnicas psicológicas que se aplican en el diseño de una actividad publicitaria.</p> <p>Explicar las diferencias fundamentales entre publicidad y promoción.</p> <p>Definir los principales métodos que se aplican habitualmente en la asignación de recursos financieros a un presupuesto publicitario.</p> <p>Definir las variables que es preciso controlar en una campaña publicitaria para alcanzar un resultado óptimo.</p> <p>Analizar los principales métodos de medición de la eficacia publicitaria, explicando ventajas e inconvenientes.</p> <p>En un supuesto práctico convenientemente caracterizado de comercialización de un producto/servicio:</p> <p>Analizar alguno de los medios promocionales que se adecuan al supuesto definido valorando costes y beneficios.</p> <p>Seleccionar un medio de promoción adecuado, explicando efectos psicológicos posibles que pueden producir en el consumidor.</p> <p>Definir el contenido y forma del mensaje promocional.</p>
<p>2.6. Relacionar entre sí las distintas variables que intervienen en el “marketing-mix” y obtener conclusiones.</p>	<p>Describir el concepto de “marketing-mix” y elementos que lo componen.</p> <p>A partir de unos datos supuestos de producto, precio, distribución y comunicación:</p> <p>Analizar y explicar las relaciones causales existentes entre las distintas variables.</p> <p>Dada una etapa del ciclo de vida de un producto, explicar las relaciones causales que se producen entre las variables que afectan al mismo.</p> <p>A partir de un plan de marketing convenientemente caracterizado, realizar la interpretación del mismo y extraer conclusiones.</p>
<p>2.7. Evaluar económicamente la implantación de planes de marketing.</p>	<p>Dada una serie histórica de demanda de un producto:</p> <p>Realizar los cálculos necesarios para identificar el método de ajuste estadístico más adecuado.</p> <p>Calcular la tendencia de la demanda del producto.</p> <p>Obtener la demanda prevista del producto para un período determinado.</p> <p>Enumerar y definir las diferentes partidas que componen un presupuesto de marketing.</p>

Dado un conjunto de ingresos y gastos de una empresa previstos en la comercialización de un producto:

Clasificar los gastos.

Realizar los cálculos necesarios para la obtención del presupuesto de "marketing-mix".

Clasificar los gastos por orden de importancia.

Deducir conclusiones, a partir del análisis comparativo entre las distintas partidas que integran el presupuesto, y la comparación del mismo con otros.

CONTENIDOS (Duración 125 horas)

El marketing en la actividad económica

Concepto de marketing.

Enfoque, naturaleza y alcance del marketing.

El marketing en los sistemas económicos.

Políticas y estratégicas.

Política de producto

Concepto y factores que definen la política de producto

Mercados

Tipos de productos

Herramientas para el análisis y planificación.

Herramientas para el análisis de la línea y de la gama.

Herramientas para la planificación del producto.

Estrategias de producto

Mercado

Desarrollo del producto

Diversificación

Política de precios

Precios y demanda.

Costes relevantes para fijar precios

Costes fijos

Costes variables

Análisis de precios en distintos escenarios

Segmentación de precios

Estrategias de precios.

Política de distribución

La distribución comercial.

Comercio interior y estructuras comerciales.

Canales comerciales.

Tipología de los canales comerciales.

Integración de los canales comerciales.

Tipología y formas de organización comercial.

Costes de distribución.

Transporte.

Abastecimiento.

Almacenamiento.

Nuevo desarrollo de la distribución.
 La franquicia.
 Los minoristas "off price".
 Las marcas de distribución.
 Asociacionismo e integración.

Políticas de comunicación

El proceso de comunicación publicitaria y promocional
 Elementos básicos.
 Forma de la información.
 La publicidad.
 Objetivos.
 Presupuesto.
 El mensaje.
 Los medios.
 Medición de la eficacia.
 La promoción.
 Objetivos.
 Presupuesto.
 Herramientas promocionales.
 Consumidor.
 Canal de distribución.
 Prescriptores.
 Relaciones públicas.
 Objetivos.
 Presupuesto.
 Decisiones.

La Estadística aplicable a un plan de marketing

Números índices.
 Análisis de series en el tiempo.
 Ajuste de curvas y método de mínimos cuadrados.
 Teoría de la correlación. Correlación múltiple y parcial.

Elaboración del "briefing"

Concepto y estructura.
 Finalidad del "briefing".
 Elementos que componen el "briefing".
 Presupuesto de publicidad, objetivos y plan de marketing.
 Estrategia de medios.
 Estrategia publicitaria.
 Investigaciones de mercado.

El plan de marketing

Concepto de planificación comercial.
 Decisiones estratégicas.
 Evaluación.
 Control.

Organización de la estrategia comercial.

Aspectos.

Tipos de organización.

El "marketing-mix".

Objetivos.

Tipos de estrategias.

Utilización de programas informáticos específicos de marketing

Módulo Profesional 3:

Logística comercialAsociado a la Unidad de Competencia 3: *Gestionar el proceso de logística comercial*

CAPACIDADES TERMINALES

3.1. Analizar los procedimientos de distribución de las operaciones comerciales.

3.2. Analizar procesos de almacenaje, estimando la organización y distribución interna, el sistema de manipulación, embalaje y etiquetado de mercancías en un almacén.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Caracterizar los medios de transporte desde la óptica de la distribución comercial.

Identificar las diferentes partidas que componen el coste total de transporte y del abastecimiento a los puntos de venta.

Describir las funciones básicas de un proceso de logística comercial o distribución física.

Explicar los objetivos que persigue todo proceso de logística comercial y efectos en el nivel del servicio.

A partir de una operación de compraventa de unas determinadas mercancías y dos ofertas de distintos medios de transporte:

Elegir el medio más idóneo, de acuerdo con criterios de rentabilidad y de seguridad durante el traslado de las mercancías, realizando los cálculos oportunos del coste que supone cada una de ellas.

Argumentar y/o explicar la elección del medio.

En un supuesto práctico que describe unos orígenes y destinos de unas mercancías:

Calcular las rutas posibles para abastecer los diferentes puntos de destino.

Calcular el coste del transporte.

Seleccionar aquellas rutas que optimicen la operación.

Identificar e interpretar la normativa de seguridad e higiene que se debe aplicar en un determinado tipo de almacén y productos.

Caracterizar los medios de manipulación más utilizados en el almacenamiento de productos.

Identificar las diferentes zonas de un almacén tipo y describir las características generales de cada una.

Identificar y describir los tipos de embalaje más utilizados en cada medio de transporte.

Definir los datos relevantes que deben figurar en una etiqueta para que la mercancía sea fácilmente identificable y se tengan en cuenta sus características durante la manipulación.

Identificar e interpretar la normativa vigente de protección física de las mercancías para su traslado.

A partir de una simbología internacional de etiquetado y unos productos determinados, asociar la etiqueta adecuada a cada uno de ellos.

Asociar determinados medios y procedimientos de manipulación de mercancías a distintos tipos de productos, de acuerdo con las características físicas de los mismos e instalaciones de un determinado almacén.

Describir los criterios económicos y estructurales que se aplican habitualmente en la organización de un almacén.

Analizar las variables que afectan a la organización de un almacén, deduciendo los efectos de cada una de ellas en la planificación de la distribución espacial.

A partir de la caracterización de un almacén y de unos determinados productos para almacenar:

Determinar la distribución interna (mediante los croquis necesarios) de zonas y productos.

Representar el flujo y la movilidad de productos en el almacén que optimicen el espacio y tiempo.

3.3. Analizar los procedimientos de gestión de existencias aplicables en la organización de un almacén.

- Describir las características de los puestos de trabajo necesarios en el almacén.
- Identificar los medios de manipulación necesarios.
- Describir las normas de seguridad e higiene aplicables.
- Describir las normas de seguridad e higiene aplicables.

- Describir las diferencias en los procedimientos de gestión y control derivadas de las características de los distintos tipos de existencias.
- Describir las variables que determinan el coste de almacenamiento (costes administrativos, de utilización de espacios, operativos, de obsolescencia y deterioro, financieros...).
- Precisar los criterios de precio de adquisición y coste de producción.
- Explicar las diferencias en la estimación del coste de los productos vendidos y de las existencias finales que se producen como consecuencia de la aplicación de los distintos métodos de valoración (PMP, FIFO, LIFO...).
- En un supuesto práctico en el que se proporciona el valor inicial de diferentes tipos de existencias, costes de almacenamiento y operaciones de producción y compraventa convenientemente caracterizados:
 - Clasificar las existencias aplicando el método ABC.
 - Calcular el período medio de almacenamiento y de fabricación.
 - Aplicar los criterios de precio de adquisición y coste de producción adecuadamente en cada caso.
 - Valorar las existencias aplicando los métodos PMP, FIFO y LIFO.
 - Comparar los resultados obtenidos de la aplicación de los diferentes métodos de valoración.
- A partir de un supuesto práctico, calcular y representar gráficamente:
 - El lote económico y el punto de pedido de un producto.
 - El "stock" de seguridad.
 - El nivel óptimo de pedido.
 - "Stock" medio, máximo y mínimo.
- A partir de la caracterización de las variables que intervienen en el período de maduración de una empresa y supuesto un retraso en el plazo de recepción de un suministro de mercancías:
 - Analizar sus efectos en la previsión de existencias y suministro a clientes, deduciendo implicaciones en los costes y argumentando medidas que se deben aplicar para subsanar dicha incidencia.
- A partir de unos datos relacionados con las existencias en almacén (número, cantidad, precio...) determinar los totales de un inventario y presentar los resultados de acuerdo con un criterio de confección de inventarios.
- A partir de unas fichas de control de inventarios o de informes de cantidades de existencias que han disminuido:
 - Determinar los artículos y cantidades necesarias para realizar un pedido en función de:
 - Cantidades máximas y mínimas de "stock" establecidas.
 - Velocidad de circulación de los "stocks".
 - Consumo anterior para un período dado.

3.4. Analizar incidencias en el servicio a clientes dentro del proceso de logística comercial y aplicar procedimientos para resolverlas.

- Describir los aspectos fundamentales, recursos humanos, materiales y costes que deben analizarse en el diseño de un servicio de atención a clientes.
- Describir incidencias más comunes que pueden presentarse en la distribución de los productos.
- Identificar las condiciones idóneas de prestación de servicio al cliente en la distribución.
- Describir el procedimiento general que se debe seguir en la devolución de mercancías y explicar las repercusiones que se derivan.

En un caso práctico que describe unos tiempos de espera del cliente y unos costes:

Determinar el número de puntos de servicio que minimice el coste total.

Calcular el tiempo de espera óptimo y nivel de servicio que debe prestarse.

En un caso práctico de un incidente producido en una operación de transporte convenientemente caracterizada, explicar sus efectos en el nivel de servicio al cliente y gestiones necesarias para su resolución.

3.5. Utilizar adecuadamente los distintos paquetes informáticos destinados al aprovisionamiento, transporte y control logístico que apoyan la gestión de la logística comercial.

Integrar la información de un determinado proceso de logística de diferentes bases de datos.

Acceder a la información almacenada en el programa informático.

Describir las funciones que integran las distintas aplicaciones que se pueden utilizar en un sistema de información para un proceso de logística comercial.

Dados unos datos relacionados con la logística comercial:

Introducirlas correctamente en una determinada aplicación informática, obteniendo la información oportuna.

Interpretar la información obtenida.

A partir de la información existente en los distintos programas informáticos, integrar datos, texto y gráficos de modo que se presente la información tratada de manera adecuada.

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Introducción a la logística

Concepto e importancia de la logística.

Sistemas informáticos de información y gestión.

Funciones.

Estructura.

Flujos de información.

Objetivos de la logística.

Suministros.

Puntos de venta.

Costes.

Transporte y abastecimiento a los puntos de venta

Modalidades de transporte.

Terrestre.

Aéreo.

Marítimo.

Multimodal.

Evaluación del transporte.

Flujos de mercancías.

Capacidad del medio.

Costes.

Rutas de abastecimiento.

Orígenes.

Destinos.

Criterios de selección de rutas.

Solución de supuestos de transporte.

Política de almacenamiento

Actividades de almacenamiento.
Naturaleza.
Importancia.
Objetivos del almacenamiento.
Prioridades y alcance de los objetivos.
Efectos de la aplicación de las políticas de almacenamiento.
Número, localización y tamaño de almacenes.
Manipulación de las mercancías.
Procedimientos.
Medios materiales.
Recursos humanos.
Embalaje y etiquetado.
Finalidad del embalaje.
Sistemas de protección y conservación.
Sistemas de identificación.

Planificación de recursos de distribución

Pedidos y previsiones de demanda.
Asignación de "stocks".
Planificación de carga y transporte.

Servicio a clientes

Plazo de entrega.
Disponibilidad de pedidos.
Calidad de entrega.
Tiempo de espera.
Análisis coste/beneficio.
Costes de oportunidad.
Costes de mantenimiento de inventarios.
Costes totales.
Cálculo del beneficio. Variables que contextualizan el beneficio.

Política de "stocks"

Criterios de clasificación de "stocks".
Fichas de almacén. Criterios de valoración de "stocks".
Inventarios.
Rotación de existencias.
Nivel óptimo de existencias.
Reaprovisionamientos.

Análisis de costes de distribución

Factores que intervienen en la formación de los costes de distribución.
Naturaleza.
Tipología.
Desviaciones.
Naturaleza.
Orígen y tratamiento.
Coste de oportunidad.
Naturaleza.
Cálculo del coste de oportunidad.
Importancia del cálculo de los costes de oportunidad.

Normativa de seguridad e higiene en el almacén

Distribución del espacio.

Objeto de la distribución.

Superficie.

Espacios necesarios.

Ubicación de los productos.

Ambiente.

Compatibilidades.

Materiales que acondicionan el almacén.

Comunes.

Específicos en función del tipo de almacén y de las mercancías.

Utilización de programas informáticos de gestión de la logística comercial

Módulo Profesional 4:

Marketing en el punto de venta

Asociado a la Unidad de Competencia 4: Planificar y dirigir las actuaciones de “merchandising” en el establecimiento comercial

CAPACIDADES TERMINALES

4.1. Definir los escaparates adecuados a las características esenciales de los establecimientos y aplicando las técnicas más usuales.

4.2. Analizar la distribución en planta de superficies comerciales, aplicando la normativa vigente y las técnicas de “merchandising”.

4.3. Definir la implantación de productos que consiga la optimización de los lineales en establecimientos comerciales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar los efectos psicológicos en el consumidor que producen las distintas técnicas utilizadas en escaparatismo.

Explicar las funciones y objetivos que puede tener un escaparate.

Definir dos criterios de valoración del impacto que un escaparate puede producir en el volumen de ventas.

A partir de la caracterización de un establecimiento, una clientela potencial, y unos efectos deseados:

Identificar las últimas tendencias en escaparatismo.

Determinar las técnicas de escaparatismo específicas para aplicar en el diseño del escaparate.

Definir los criterios de selección de los materiales que se van a utilizar.

Definir los criterios de composición y montaje del escaparate.

Diseñar el escaparate que se adapte a los objetivos definidos aplicando los métodos de proyección adecuados y las técnicas precisas.

Realizar un estudio en el que se analice el diseño y montaje de varios escaparates de diferentes tipos de establecimientos comerciales, detallando:

Tendencia.

Efectos psicológicos que producen en el cliente.

Materiales más utilizados.

Dimensiones y distribución de espacios.

Identificar e interpretar la normativa de seguridad e higiene vigente referida a la distribución en planta de una superficie comercial.

Identificar y explicar las principales técnicas de “merchandising” que se utilizan en la distribución de una superficie de venta.

Definir las características de una “zona fría” y de una “zona caliente” en un establecimiento comercial.

Describir las medidas que normalmente se aplican en los establecimientos comerciales para conseguir que la circulación de la clientela sea fluida y pueda permanecer el máximo tiempo posible en el interior.

Describir tres criterios que se puedan utilizar en la distribución lineal del suelo por familia de productos y explicar ventajas e inconvenientes de la aplicación de cada uno de los criterios seleccionados.

A partir del plano de un supuesto establecimiento comercial en el que se detallan los m² y unos productos que hay que comercializar:

Identificar la normativa de seguridad e higiene aplicable al caso en concreto.

Realizar gráficamente la distribución en planta, aplicando las técnicas de “merchandising” correspondientes y la normativa.

Argumentar la distribución elegida.

A partir de un determinado surtido de productos, y la descripción de una superficie de venta analizar el tipo de mobiliario idóneo para acondicionar el establecimiento.

Identificar y explicar los criterios de organización y comerciales que optimizan los “facing” de los artículos de un establecimiento.

Identificar los parámetros que se utilizan en el cálculo del lineal óptimo.

Describir las principales reglas de implantación que se deben observar en cualquier familia de productos para obtener un buen desarrollo de las ventas.
A partir de unos datos sobre un determinado artículo, familia de artículos, lineal, "facing":

Calcular el "facing" mínimo y el óptimo.

Obtener el valor del lineal óptimo y explicar la aplicación del resultado.

Utilizar un programa informático de gestión para definir la implantación de la familia de productos determinada.

4.4. Aplicar métodos de control de acciones de "merchandising".

Identificar y explicar los ratios que se utilizan normalmente para el control de las acciones de "merchandising".

Describir el procedimiento de obtención del valor de los parámetros que intervienen en el cálculo de los ratios de control.

Identificar y describir los instrumentos de medida que normalmente se utilizan para valorar la eficacia de una implantación de productos en el lineal.

A partir de unos datos sobre la caracterización física de un establecimiento (superficie de venta en m², coeficiente de ocupación de los suelos, metros de mobiliario y número de elementos, lineales), una implantación de productos y unos datos económicos sobre las ventas con impuestos y el beneficio bruto anual sin impuestos:

Calcular el rendimiento por m² de superficie de venta y por metro lineal de suelo, utilizando los ratios necesarios.

Calcular la eficacia de la implantación de productos, utilizando los principales ratios que la cuantifican.

Interpretar los resultados obtenidos.

4.5. Definir acciones promocionales para rentabilizar los espacios de establecimientos comerciales.

Identificar y describir los distintos medios promocionales que normalmente se utilizan en un pequeño establecimiento comercial y en una gran superficie.

Definir las principales técnicas psicológicas que se aplican en una acción promocional.

Estimar situaciones susceptibles de introducir una acción promocional.

A partir de la caracterización de una "zona fría" en un establecimiento comercial:

Seleccionar un medio de promoción para calentar la zona.

Definir el contenido y forma del mensaje promocional.

CONTENIDOS (Duración 95 horas)

El marketing en el punto de venta: "merchandising"

Origen, concepto y evolución.

Fases de aplicación del "merchandising".

Estudio de mercado.

Distribución de la superficie.

Concepción del establecimiento.

Gestión de los coeficientes de ocupación del suelo.

Distribución de los lineales en el suelo.

Disposición de las familias de productos.

Gestión del surtido.

Política de precios.

Implantación de los productos.

Marketing y "merchandising".

Relaciones entre los dos ámbitos de actuación.

Nuevas formas comerciales.
Tecnología.
Efectos de las nuevas formas comerciales.

“Merchandising” y surtido

Características y estructura del surtido.
Complementariedad en los productos.
Psicología del consumidor.
Tipos de surtido. Tipos de venta.
Competencia.
Oferta al consumidor.
Análisis del surtido.
Cobertura de necesidades.
Cuotas de mercado.
Marcas.
Estructura del mercado.
Gustos, preferencias.
Segmento de consumidores.

El “merchandising” del fabricante

El “merchandiser”. Características.
Tareas del “merchandiser”.
Medios de actuación del “merchandiser”.
Ámbitos de actuación del “merchandiser”.
La organización del trabajo.
Asignación de tareas.
Cálculo de tiempos.
Medios.

El escaparatismo

Promoción visual.
Origen y significado.
Tipos, ámbitos y aplicaciones.
Marco general de la promoción visual.
Función y objetivos de un escaparate.
Tendencias del escaparatismo.
Diseño de escaparates.
Estilismo, metodología proyectual.
Tipos de escaparates.
Materiales de escaparatismo.
Soportes.
Herramientas.
Taller de escaparatismo.
Procedimientos y técnicas del escaparatista.
Marco tridimensional dinámico.
Técnicas de color, iluminación y composición aplicadas al escaparate.

Optimización del lineal.

El lineal y su reparto.
 Definición y funciones del lineal.
 Implantación de productos en el lineal.
 Zonas y niveles en el lineal.
 Reparto del lineal.
 Índice de rentabilidad del lineal.
 Cálculo de optimización de los “facing” por artículo.
 Concepto de “facing”.
 Gestión de los “facing”.
 Criterios de organización y comerciales.
 Reglas de implantación.
 Equilibrio producto-mobiliario-”facing”.
 Colocación de estanterías.
 Instrumentos de medida y eficacia de la implantación.
 Medidas cuantitativas y cualitativas.

La publicidad en el lugar de venta (P.L.V.).

Definición, funciones, tipos.
 Promoción de ventas.
 Concepto.
 Objetivos.
 Clases de incentivos y promociones.
 Incentivos y promociones a los consumidores.
 Promoción según el producto.
 El receptor de mensajes publicitarios.
 Posicionamiento y creatividad.
 Procedimientos de implantación de la P.L.V.
 La P.L.V. en la distribución comercial moderna.

Control de las acciones de “merchandising”.

Rendimiento por m² de superficie de venta.
 Criterios de control.
 Cálculo de ratios.
 Análisis de resultados.
 Rendimiento por metro lineal de suelo.
 Criterios de control.
 Cálculo de ratios.
 Análisis de resultados.
 Cálculo de ratios económico-financieros.
 Margen bruto.
 Tasa de marca.
 “Stock” medio.
 Rotación de “stock”.
 Rentabilidad bruta.

Normativa de seguridad e higiene aplicada a la distribución de una superficie comercial

Espacio de venta.

Distribución de secciones.

Espacios necesarios.

Acondicionamiento.

Materiales comunes.

Materiales específicos al tipo de establecimiento.

Distribución de familias de productos.

Compatibilidad de artículos.

Higiene.

Módulo Profesional 5:

Gestión de la compraventa

Asociado a la Unidad de Competencia 5: Gestionar las operaciones de compra-venta de productos y/o servicios

CAPACIDADES TERMINALES

5.1. Elaborar planes de acción de ventas que relacione todos los factores que intervienen y se adapte a unos objetivos previamente definidos.

5.2. Analizar y aplicar procesos y métodos adecuados en la negociación de las condiciones de operaciones de compraventa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Describir los principales aspectos que deben intervenir en un plan de ventas.

Describir las fases fundamentales que componen los procesos de venta.

Definir los métodos y criterios de selección de personal más utilizados en el reclutamiento de vendedores.

A partir de un supuesto plan y presupuesto de marketing y de un supuesto mercado convenientemente caracterizado:

Interpretar los objetivos establecidos para las ventas.

Señalar zonas geográficas dentro de la demarcación definida por el plan, por encima y por debajo del potencial de compra y tipos de clientes comprendidos en estos límites.

Deducir el tamaño del equipo de ventas para los objetivos previstos.

Establecer objetivos de venta por cliente, por zonas, por producto, por tamaño del producto, por meses o por ciclo de vida y por vendedor.

Calcular el nº de visitas por vendedor, día y cliente en función de la cartera de productos.

Confeccionar rutas para los vendedores evaluando los costes de desplazamiento por zonas y tiempos muertos.

Razonar el grado de ajuste conseguido del plan de acción al plan y presupuesto de marketing.

Explicar las diferentes etapas de un proceso de negociación de condiciones de compra/venta.

Identificar y describir las técnicas de negociación más utilizadas en la compraventa.

Distinguir e interpretar las cláusulas que son facultativas en un contrato de compraventa.

Distinguir entre la acción de vender y la acción de negociar.

Interpretar la normativa mercantil que regula los contratos de compraventa.

En la simulación de una entrevista o contacto con un cliente o proveedor para iniciar negociaciones:

Caracterizar al interlocutor para establecer las pautas de comportamiento durante el proceso de negociación.

Utilizar la técnica de negociación adecuada a la situación definida.

Definir los principales parámetros que configuran una oferta presentada a un cliente.

A partir de unos datos, establecer un plan de negociación de compra o venta que contemple los siguientes aspectos:

Estimar las necesidades, bazas y debilidades respectivas.

Identificar los principales aspectos de la negociación.

Precisar las concesiones mutuas, su coste y su valor por ambas partes.

Sintetizar la secuencia del plan.

Predecir las probables posturas del cliente o proveedor y preparar las posturas propias del vendedor o comprador.

Explicar los límites en la negociación de la compra o de la venta.

Dadas tres ofertas de proveedores en las que se expresan condiciones de compra, garantías y nivel de servicio y se definen las necesidades comerciales de la empresa compradora:

Seleccionar aquella que, en términos comparativos, ofrece mejores condiciones y se adapta a los objetivos comerciales definidos.

Detectar en la oferta seleccionada posibles puntos a negociar.

5.3. Aplicar técnicas de comunicación en el desarrollo de relaciones comerciales.

Identificar las innovaciones tecnológicas que aparecen en los procesos de comunicación.

Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de información y atención a clientes.

Describir las fases que componen una entrevista personal con fines comerciales.

En una supuesta conversación telefónica con un cliente/proveedor:

Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.

Adaptar su actitud y discurso a la situación de la que se parte.

Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.

Dado un tema concreto para exponer:

Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores.

En una situación simulada de atención a un cliente:

Analizar el comportamiento del cliente y caracterizarlo.

Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor.

A partir de un supuesto de solicitud/transmisión de información a un cliente, elaborar un escrito que observe el tratamiento adecuado y que esté redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.

5.4. Definir sistemas de recogida y tratamiento de datos que se generan en situaciones de compraventa, aplicando técnicas de organización de la información y utilizando, si procede, programas informáticos que faciliten las operaciones.

Acceder a la información almacenada en programas informáticos.

Integrar la información procedente de procesos de compraventa en diferentes bases de datos.

Definir las técnicas de archivo más utilizadas en el desarrollo de la actividad de compraventa.

Identificar los datos esenciales que deben figurar en un fichero maestro de clientes/proveedores.

Diseñar un cuestionario de recogida de información de la "fuerza de ventas" que detalle los principales parámetros que caracterizan el desarrollo de las operaciones de venta, utilizando el programa informático adecuado.

A partir de unos datos relativos a distintas operaciones de compraventa:

Confeccionar el fichero maestro de clientes/proveedores, seleccionando y estructurando la información relevante de la operación y utilizando programas informáticos.

A partir de la información existente en distintos programas informáticos, integrar datos, textos y gráficos presentando la información de acuerdo con formatos requeridos.

5.5. Definir planes de formación o motivación para la "fuerza de ventas".

Identificar los parámetros esenciales que deben intervenir en un plan formativo de "fuerza de ventas".

Definir las principales técnicas y métodos pedagógicos que se aplican en formación.

Describir las técnicas más utilizadas de evaluación del grado de aprovechamiento de la formación.

Describir los métodos habitualmente utilizados para motivar a la "fuerza de ventas".

A partir de un supuesto práctico en el que se detalla la descripción de la competencia profesional requerida en el empleo de un equipo de ventas y de un presupuesto originado, determinar:

Objetivos de la formación.

Contenidos de la formación.

Perfil de los colaboradores y expertos.

Metodología que se va a utilizar en la formación.

Temporalización.

Materiales didácticos necesarios, características del lugar de impartición de la formación y acondicionamiento.

Presupuesto del plan.

A partir de un plan de acción de ventas y la descripción de unas actuaciones y resultados obtenidos por un equipo de ventas que no alcanzan los objetivos previstos:

Elaborar un plan de actuación que induzca aspectos de motivación, perfeccionamiento, métodos, temporalización y en general las acciones necesarias para alcanzar los objetivos del plan de ventas definido.

5.6. Analizar aspectos esenciales que configuran procesos de compra de productos o servicios en las empresas.

Describir las fases que configuran el proceso de compra de un producto o servicio.

Identificar métodos de recogida de información más utilizados en la obtención de datos sobre el mercado de suministradores o proveedores.

Definir los criterios esenciales que se aplican en la selección de ofertas de proveedores

Definir y analizar los parámetros que configuran la formación del precio de compra de un producto o servicio en el mercado.

Explicar las fuerzas esenciales que conforman la oferta y demanda de un producto o servicio en el mercado.

Identificar distintos tipos de contratos mercantiles que se utilizan en la compra de un producto/servicio y reconocer los modelos documentales que los representan.

Dadas unas condiciones pactadas en una operación de compra y unos datos identificativos de la operación:

Confecionar el contrato, estructurando la información dentro del clausulado que la compone, aplicando programas informáticos al respecto (hojas de cálculo, tratamiento de texto, etc.) y utilizando la terminología mercantil apropiada a la operación.

5.7. Aplicar métodos de control en el desarrollo y ejecución de procesos de compraventa.

Describir las incidencias más comunes que pueden originarse en procesos de compraventa.

Describir los métodos que habitualmente se utilizan para evaluar la eficacia de la "fuerza de ventas".

Explicar el proceso de control que deben seguir los pedidos realizados a un proveedor en el momento de su recepción en almacén.

En un caso práctico de anomalía detectada en la recepción de un pedido convenientemente caracterizado, explicar posibles medidas que hay que adoptar para su resolución.

En un caso práctico de ineficacia de un equipo de ventas en el desarrollo de los procesos de venta, describir posibles medidas y procedimientos que se deben aplicar para mejorar la rentabilidad y optimizar el rendimiento del equipo.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

Marco jurídico general

Introducción.
Las Instituciones competentes en comercio interior.
Regulación aplicable.
Normativa sobre consumo en relación con el servicio al cliente.

La organización de las compras

Mercado, sector y competencia.
Estructura.
Tipología.
Competencia.
El proceso de compra.
Fases: estructurales y funcionales.
Elementos del proceso de compra: naturaleza.
Condiciones de compra.
El precio de compra.
Los plazos y forma de entrega.
Regulación y elaboración del contrato de compra.
Selección de proveedores.
Ofertas: características.
Tipología de proveedores.

Planes de venta

Planificación del sistema de ventas.
Fases.
Métodos de planificación.
Objetivos de venta.
Naturaleza.
Variables que afectan a los objetivos de venta.
Organización del sistema de ventas.
Diseño de la red y territorio de ventas.
Planificación de visitas.
Tamaño y asignación de los equipos de venta.

El equipo de ventas

Funciones, características y finalidad de la venta personal.
Naturaleza de la venta personal.
Procedimientos.
Composición y organización del equipo de ventas.
Tipología de los miembros del equipo.
Estructura, jerarquía.
Estructura de los flujos de información.
Reclutamiento, formación y motivación del equipo de ventas.
Perfiles de los vendedores.
Objetivos de la formación.
Métodos de motivación.
Técnicas de dirección de grupos.
Etapas de una reunión.
Componentes de los grupos.

- Preparación y desarrollo de una reunión.
- Remuneración de los vendedores.
 - Categorías profesionales.
 - Comisiones.
 - Salarios.
- Determinantes del rendimiento y satisfacción de los vendedores.
 - Naturaleza de los parámetros.
 - Efectos en las ventas.

El proceso de negociación comercial en la compraventa

- Prospección.
 - Entorno de las relaciones comerciales.
 - La compraventa.
- Preparación de la negociación.
 - Análisis del proceso.
 - Planificación de la negociación.
 - Componentes básicos de la negociación.
 - Fases.
- Desarrollo de la negociación.
 - Diálogo.
 - Persuasión.
- Objeto.
- Conclusión, acuerdo.
- Exposición de posturas.
 - Comprador.
 - Vendedor.
- Técnicas de la negociación.
 - Tipología del proveedor/cliente.
 - Tipología de productos.
 - Ambiente.
- Consolidación de la negociación.
 - Puntos de acuerdo.
 - Momento del cierre.
 - Problemas al cierre.

La comunicación

- Los elementos de la comunicación
 - Emisores.
 - Receptores.
- Los procesos de comunicación
 - Fases.
 - Canales y medios.
 - Control de la información.
- Actitudes y técnicas en la comunicación
 - Normas.
 - Aplicación.
 - Medios y equipos.
- La información telefónica y presencial
 - Transmisión y recepción de mensajes.

Tipos de comunicación

Verbal

No verbal

Escrita

**Sistemas de gestión y
tratamiento de la información**

Técnicas de archivo.

Naturaleza.

Finalidad del archivo.

Elaboración de ficheros maestros.

Clientes/proveedores.

Formatos, elementos.

Aplicación de programas informáticos integrados para la gestión de la compraventa.

**Control de procesos de
compra/venta**

Tratamiento de anomalías en la recepción de pedidos de proveedores.

Tratamiento de anomalías en el proceso de venta.

Procedimientos de control de pedidos a/de proveedores/clientes.

Parámetros de control.

Técnicas de control.

Secciones de control.

Evaluación y control del equipo de ventas.

Métodos de evaluación.

Medidas correctoras.

**Elementos de derecho
mercantil**

Ambito de aplicación.

Contratos.

2.3. MÓDULOS PROFESIONALES TRANSVERSALES

Módulo Profesional 6:

Aplicaciones informáticas de propósito general

CAPACIDADES TERMINALES

6.1. Interpretar las funciones básicas de los elementos lógicos y físicos que componen un sistema informático.

6.2. Aplicar, como usuario, las utilidades, funciones y procedimientos de un sistema operativo monousuario.

6.3. Aplicar los comandos o instrucciones necesarios para la realización de operaciones básicas con un sistema conectado en red de área local.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar las funciones básicas de la unidad central de proceso y de los equipos periféricos, relacionándolas con las fases comunes de un proceso de datos.

Distinguir las funciones básicas de la memoria interna, precisando la incidencia de su capacidad de almacenamiento en las prestaciones del sistema informático.

Clasificar los equipos periféricos utilizados habitualmente según su función en el proceso de datos.

Distinguir las características básicas de los distintos soportes de archivo utilizados habitualmente en el segmento de ordenadores personales.

Describir las características generales de algunos modelos tipo en el mercado de ordenadores personales.

Precisar el concepto de "byte" y definir sus múltiplos.

Definir el concepto de programa.

Precisar los conceptos de registro y archivo informático.

Explicar el concepto de aplicación informática y enumerar las utilidades tipo en la gestión empresarial.

A partir de un caso práctico sobre un sistema informático del que se dispone de un "software" instalado y de su documentación básica, identificar:

El "hardware" del sistema.

El sistema operativo y sus características.

La configuración del sistema.

Las aplicaciones instaladas.

Los soportes de información utilizados por el sistema.

Explicar estructura, funciones y características básicas de un sistema operativo *monousuario*.

Instalar un sistema operativo monousuario.

Precisar el concepto de comando, distinguiendo entre comandos internos y externos.

Poner en funcionamiento el equipo informático y verificar los distintos pasos que tienen lugar, identificando las funciones de carga del sistema operativo.

A partir de supuestos prácticos: manejar las utilidades, funciones y procedimientos del sistema operativo, justificando la sintaxis o, en su caso, el protocolo de operación.

Crear ficheros que manejen órdenes del sistema operativo.

Describir las funciones básicas del servidor de red.

Explicar la sintaxis relativa a los comandos e instrucciones básicas del sistema operativo de red.

En un caso práctico, realizar, a través del sistema operativo de red, operaciones de copia, actualización y transmisión de la información almacenada previamente en el disco duro del servidor.

6.4. Manejar, como usuario, un procesador de texto, una hoja de cálculo y una base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

Distinguir, identificar y explicar la función de las aplicaciones de: Procesador de textos, hoja de cálculo y base de datos.
Instalar adecuadamente las aplicaciones informáticas en el sistema operativo.
Acceder a las aplicaciones de tratamiento de textos, hojas de cálculo y base de datos, a través de procedimientos definidos.

A partir de supuestos prácticos:

Manejar el procesador de texto, utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para la edición, recuperación, modificación, almacenamiento, integración... de textos.

Manejar hojas de cálculo utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el tratamiento de datos.

Manejar bases de datos utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.

Intercambiar datos o información entre aplicaciones de tratamiento de textos, hoja de cálculo y bases de datos.

Elaborar, copiar, transcribir y cumplimentar información y documentación.

Realizar copias de seguridad de los paquetes de aplicación y de la información manejada aplicando las instrucciones reflejadas en los manuales.

Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

A partir de casos prácticos:

Interpretar los procedimientos de seguridad, protección e integridad establecidos en el sistema.

Aplicar los procedimientos anteriores desde el sistema operativo, desde el "hardware" y/o desde una aplicación.

Detectar fallos en los procedimientos de seguridad y protección establecidos y utilizados.

Argumentar y proponer soluciones.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

Introducción a la informática

Procesos de datos e informática.

Diferencias entre datos e información.

Funciones y fases de un proceso de datos tipo.

Proceso electrónico de datos.

Elementos del "hardware".

Estructura modular del sistema físico.

Unidad Central de Proceso.

Concepto de "bus" e "interface".

Equipos periféricos.

Unidades y soportes físicos.

Periféricos de entrada.

Periféricos de salida.

Representación interna de datos.

Concepto de "bit".

Sistemas de codificación de caracteres.

Concepto y múltiplos del "byte".

Archivos y registros.

Elementos del "software".

Concepto de programa.

Lenguaje máquina y lenguajes de alto nivel: conceptos básicos.

Programas de usuario: aplicaciones.

Sistemas operativos

Funciones básicas de un sistema operativo.
Sistemas operativos monousuario y multiusuario.
Utilización de sistemas operativos monousuario.
Comandos del sistema operativo.
Creación de ficheros "batch".
Configuración y carga del sistema operativo.
Procedimientos de protección de información.
Entornos de usuario.
Utilización de entornos de usuario.
Estructura y funciones del entorno de usuario.
Procedimientos de trabajo e impresión.

Redes locales

Tipos básicos de redes de área local.
Componentes físicos de redes locales.
Servidores.
Estaciones de trabajo.
Periféricos.
Conexiones.
Sistema operativo de redes locales.
Utilidades básicas del supervisor o administrador.
Utilidades de usuario.

Procesadores de texto

Estructura y funciones de un procesador de textos.
Instalación y carga de procesadores de texto.
Diseño de documentos.
Formato de documento.
Formato de línea.
Formato de página.
Formato de columnas.
Tablas: formato de columnas y celdas.
Edición de textos.
Funciones de edición.
Procedimientos de escritura, inserción y borrado de textos.
Procedimientos de búsqueda y sustitución de textos.
Operaciones con bloques de texto.
Procedimientos para enfatizar textos.
Numeración automática de líneas. Cabeceras y notas a pie de página.
Procedimientos de trabajo con varios textos.
Inserción de gráficos.
Correctores ortográficos y diccionario de sinónimos.
Gestión de archivos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de archivos de texto.
Ejecución de órdenes del sistema operativo desde el procesador de textos.
Procedimientos de protección de archivos.
Impresión de textos.

- Control de impresión.
- Configuración de la impresora.
- Procedimientos de impresión de textos.
- Procedimientos de impresión de archivos.

Creación de índices y sumarios.

Interoperaciones con otras aplicaciones.

Hojas de cálculo

Estructura y funciones de una hoja de cálculo.

Instalación y carga de hojas de cálculo.

Diseño de hojas de cálculo.

- Capacidad de la hoja de trabajo.
- Formato de la hoja de trabajo: filas, columnas y celdas.
- Formato de datos.
- Formatos por omisión.
- Procedimientos para relacionar filas, columnas y celdas.
- Procedimientos para establecer rangos.

Edición de hojas de cálculo.

- Procedimientos de introducción de datos.
- Procedimientos de movimiento de datos.
- Procedimientos de cálculo.
- Procedimientos de presentación.
- Procedimientos de utilización de fórmulas.
- Procedimientos de trabajo con varias hojas de cálculo.

Gestión de archivos.

- Procedimientos de búsqueda y recuperación de hojas de cálculo.
- Procedimientos de grabación de hojas de cálculo.

Impresión de hojas de cálculo.

- Control de impresión.
- Procedimientos de impresión de hojas de trabajo.
- Procedimientos de impresión de archivos.
- Procedimientos de impresión de fórmulas.
- Procedimientos de impresión de gráficos.

Utilización de macros.

Representación gráfica de hojas de cálculo.

Interoperaciones con otras aplicaciones.

Bases de datos

Estructura y funciones de una base de datos.

Tipos de bases de datos.

Bases de datos documentales.

Instalación y carga de una base de datos.

Diseño de bases de datos.

Utilización de bases de datos.

- Procedimientos de búsqueda y recuperación de archivos y registros.
- Procedimientos de grabación de información.
- Procedimientos de modificación y borrado de archivos y registros.
- Procedimientos de consulta.
- Procedimientos de impresión.

Procedimientos de protección de datos.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Aplicaciones gráficas y de autoedición

Estructura y funciones de programas gráficos y de autoedición.
Instalación y carga de aplicaciones gráficas y de autoedición.
Tipos de gráficos soportados.
Procedimientos de diseño de gráficos.
Procedimientos de presentación de gráficos.
Procedimientos de integración de gráficos en documentos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de gráficos.
Procedimientos de protección de datos.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Paquetes integrados

Objetivos y funciones de programas integrados.
Instalación y carga de paquetes integrados.
Modularidad de paquetes integrados.
Procedimientos de importación-exportación.

Módulo Profesional 7: Lengua extranjera

CAPACIDADES TERMINALES

7.1. Comunicarse oralmente con un interlocutor en lengua extranjera interpretando y transmitiendo la información necesaria para establecer los términos que delimiten una relación profesional dentro del sector.

7.2. Interpretar información escrita en lengua extranjera en el ámbito económico, jurídico y financiero propio del sector, analizando los datos fundamentales para llevar a cabo las acciones oportunas.

7.3. Redactar y/o cumplimentar documentos e informes propios del sector en lengua extranjera con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando una información de tipo general o detallada.

7.4. Analizar las normas de protocolo del país del idioma extranjero, con el fin de dar una adecuada imagen en las relaciones profesionales establecidas con dicho país.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

A partir de una conversación telefónica simulada:

Pedir información sobre un aspecto puntual de una actividad propia del sector, aplicando las fórmulas establecidas y utilizando el léxico adecuado.

Dar la información requerida escogiendo las fórmulas y léxico necesarios para expresarla con la mayor precisión y concreción.

A partir de un mensaje grabado relacionado con una actividad profesional habitual del sector, identificar los datos claves para descifrar dicho mensaje.

Dada una supuesta situación de comunicación cara a cara:

Pedir información sobre un aspecto puntual de una actividad propia del sector definiendo de entre las fórmulas preestablecidas las más adecuadas.

Dar información sobre un aspecto puntual de una actividad propia del sector definiendo de entre las fórmulas preestablecidas las más adecuadas.

En una simulada reunión de trabajo:

Interpretar la información recibida.

Transmitir dicha información seleccionando el registro adecuado.

Ante una publicación periódica de uno de los países de la lengua extranjera, seleccionar la sección o secciones relacionadas con el sector, identificando correctamente la terminología.

A partir de un texto legal auténtico del país de la lengua extranjera, identificar las normas jurídicas vigentes que afecten al sector.

Dado un texto informativo en lengua extranjera sobre el sector profesional:

Buscar datos claves de dicha información.

Clasificar los datos según su importancia dentro del sector.

Sintetizar el texto.

Traducir con exactitud cualquier escrito referente al sector profesional.

A partir de unos datos supuestos, cumplimentar documentos comerciales y de gestión específicos del sector.

Redactar una carta:

Aplicando los aspectos formales exigidos en una situación profesional concreta.

Utilizando las fórmulas preestablecidas en el sector.

Organizando la información que se desea dar relacionada con el sector.

Basándose en datos recibidos en distintos contextos (conferencia, documentos, seminario, reunión), elaborar un informe claro, conciso y preciso según su finalidad y/o destinatario, Utilizando estructuras y nexos preestablecidos.

En una supuesta conversación telefónica, observar las debidas normas de protocolo para identificar al interlocutor o identificarse, filtrar la llamada, informar o informarse, dando una buena imagen de empresa.

Ante una supuesta estancia de carácter profesional en el país del idioma extranjero, organizar dicha estancia teniendo en cuenta:

Las costumbres horarias.

Los hábitos profesionales.
 Las normas de protocolo que rigen en dicho país.
 Ante una supuesta visita a una empresa extranjera:

Presentarse

Informar e informarse

utilizando el lenguaje con corrección y propiedad, y observando las normas de comportamiento que requiera el caso, de acuerdo con el protocolo profesional establecido en el país.

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Uso de la lengua oral

Conversaciones, debates y exposiciones relativas a situaciones de la vida profesional y a situaciones derivadas de las diferentes actividades del sector empresarial.

Terminología específica.

Fórmulas y estructuras hechas, utilizadas en la comunicación oral.

Aspectos formales (actitud profesional adecuada al interlocutor de lengua extranjera).

Aspectos funcionales.

Intervención de forma espontánea y personal en diálogos dentro de un contexto.

Utilización de fórmulas pertinentes de conversación en una situación profesional.

Extracción de información específica propia del sector para construir una argumentación.

Uso de la lengua escrita

Documentos visuales, orales y escritos relacionados con aspectos profesionales.

Terminología específica.

Elementos morfosintácticos (estructura de la oración, tiempos verbales, nexos y subordinación, formas impersonales, voz pasiva, etc.) de acuerdo con el documento que se pretenda elaborar.

Fórmulas y estructuras hechas, utilizadas en la comunicación escrita.

Aspectos socioprofesionales

Elementos socioprofesionales más significativos del país de la lengua extranjera.

Normas socioprofesionales y protocolarias en las relaciones internacionales.

Recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional para proyectar una buena imagen de empresa.

2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO

CAPACIDADES TERMINALES

● Desarrollar trabajos de campo para la realización de estudios comerciales, de acuerdo con unos objetivos definidos.

● Realizar tareas de gestión y verificación en procesos de almacenaje-distribución, desarrollados en la empresa.

● Realizar gestiones en las operaciones de compraventa de la empresa.

● Desarrollar planes de “merchandising” que optimicen las ventas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar los parámetros que van a influir en el estudio.

Identificar las características de los sujetos/organismos que van a ser sometidos a la técnica de recogida de datos seleccionada.

Identificar el ámbito geográfico en el que se va a proyectar el estudio.

Extraer una muestra representativa y elegir la técnica adecuada de muestreo.

Aplicar correctamente técnicas cuantitativas y cualitativas de recogida de información de fuentes primarias y secundarias en el proceso de obtención de información.

Utilizar adecuadamente las técnicas estadísticas para tratar la información y obtener conclusiones.

Presentar las conclusiones del trabajo de campo realizado en tiempo y forma, a través de un informe.

Obtener y tramitar documentos requeridos en las operaciones de transporte, en tiempo y forma, conforme a las normas vigentes.

Identificar el o los canales de distribución establecidos en la empresa y analizar el coste que supone la estructura de los mismos.

Analizar los espacios y rutas de distribución interna en el almacén y evaluar su idoneidad y proponer en su caso cambios que mejoren la gestión.

Efectuar correctamente cálculos de valoración de existencias, trasladando los resultados al documento especificado.

Utilizar adecuadamente los programas informáticos de gestión de almacenes para transmitir y obtener información.

Transmitir información precisa a los diferentes jefes de almacén de la red logística.

Confeccionar inventarios siguiendo criterios y normas establecidos.

Realizar estudios sobre la política de “stock” aplicada en la empresa proponiendo, en su caso, mejoras en la gestión.

Identificar el segmento de mercado de proveedores y clientes de la empresa y sus características.

Obtener la información precisa sobre ofertas de proveedores.

Comportarse correctamente y de forma amable en el trato con los clientes y proveedores.

Utilizar los programas informáticos disponibles en la empresa para la gestión de la compraventa.

Efectuar contactos con proveedores y clientes cuando lo requiera la gestión comercial de la empresa, aplicando técnicas de venta.

Confeccionar ficheros maestros de clientes y proveedores y mantenerlos actualizados.

Identificar la imagen que quiere transmitir la empresa y tipología de la clientela.

Analizar diferentes métodos de “merchandising” para rentabilizar las ventas, y promover, si es necesario, medidas que mejoren la gestión.

Controlar que la implantación de los productos en el establecimiento se realiza de acuerdo con las condiciones establecidas.

Analizar la zona y lugar adecuado para colocar los productos dentro del punto de venta.

Valorar la eficacia de la implantación de los productos utilizando instrumentos de medida cualitativos y cuantitativos.

● Realizar tareas de seguimiento en el desarrollo del plan de marketing establecido por la empresa.

Identificar los objetivos del plan de marketing.

Recoger información aplicando los procedimientos adecuados y a través de las fuentes de información precisas, para analizar el efecto en el mercado del plan implantado.

Verificar que la ejecución de la campaña publicitaria, se ejecuta en las condiciones contratadas.

Realizar un estudio acerca de la eficacia de la campaña publicitaria realizada y proponer, en su caso, estrategias posteriores.

Confeccionar modelos de encuestas para valorar la eficacia publicitaria y proponerlos a la organización.

● Cumplir cualquier actividad o tarea asignada y relacionada con el trabajo que realiza con responsabilidad profesional, demostrando una actitud de superación y respeto.

En todo momento mostrar una actitud de respeto a los procedimientos y normas de la empresa.

Incorporarse puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos permitidos y no abandonando el centro de trabajo antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados.

Interpretar y cumplir con diligencia las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

Mantener relaciones interpersonales fluidas y correctas con los miembros del centro de trabajo.

Coordinar su actividad con el resto del equipo y departamentos, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.

Estimar las repercusiones de su actividad en los procesos comerciales de la empresa y en la imagen que ésta proyecta.

Cumplir responsablemente con las normas, procesos y procedimientos establecidos ante cualquier actividad o tarea, objetivos, tiempos de realización y niveles jerárquicos existentes en la empresa.

CONTENIDOS (Duración 440 horas)

Investigación de mercados

Identificación de variables que afectan al estudio.

Identificación del ámbito geográfico y características de los sujetos.

Definición de muestras representativas.

Selección de técnicas de recogida de datos.

Aplicación de técnicas estadísticas.

Elaboración de informes que sintetizan el trabajo de campo.

Procesos de logística comercial

Identificación de la estructura de los canales de distribución.

Análisis de costes de distribución.

Tramitación de documentos requeridos en operaciones de transporte.

Evaluación de espacios y rutas de distribución interna en el almacén.

Cálculo de valoración de existencias.

Confección de inventarios.

Estudios de la política de "stock".

Gestión de la compraventa de productos

Identificación de los procesos de compraventa en la empresa.

Identificación del segmento de clientes/proveedores.

Obtención de información sobre ofertas de proveedores.

Aplicación de técnicas de comunicación con clientes/proveedores.
Aplicación de técnicas de venta.
Confección de ficheros maestros.
Utilización de programas informáticos específicos.

Marketing.

Interpretación de planes de marketing.
Control de campañas publicitarias.
 Confección de modelos de encuesta para valorar la eficacia publicitaria.
Análisis del efecto producido en el mercado por el plan de marketing.
Estudios de "merchandising".
 Identificación de la imagen de la empresa y tipología de los clientes
 Análisis de métodos para rentabilizar ventas
 Control de la implantación de productos.

2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

CAPACIDADES TERMINALES

- Determinar actuaciones preventivas y/o de protección minimizando los factores de riesgo y las consecuencias para la salud y el medio ambiente que producen.
- Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas.
- Diferenciar las modalidades de contratación y aplicar procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia.
- Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo.
- Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- Interpretar los datos de la estructura socioeconómica española, identificando las diferentes variables implicadas y las consecuencias de sus posibles variaciones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Identificar las situaciones de riesgo más habituales en su ámbito de trabajo, asociando las técnicas generales de actuación en función de las mismas.
- Clasificar los daños a la salud y al medio ambiente en función de las consecuencias y de los factores de riesgo más habituales que los generan.
- Proponer actuaciones preventivas y/o de protección correspondientes a los riesgos más habituales, que permitan disminuir sus consecuencias.
- Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.
- Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes en el supuesto anterior.
- Realizar la ejecución de técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado...), aplicando los protocolos establecidos.
- Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.
- En una situación dada, elegir y utilizar adecuadamente las principales técnicas de búsqueda de empleo en su campo profesional.
- Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios y localizar los recursos precisos, para constituirse en trabajador por cuenta propia.
- Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.
- Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.
- Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.
- Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los trabajadores, Directivas de la Unión Europea, Convenio Colectivo...) distinguiendo los derechos y las obligaciones que le incumben.
- Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una "Liquidación de haberes".
- En un supuesto de negociación colectiva tipo:
 - Describir el proceso de negociación.
 - Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad tecnológicas...) objeto de negociación.
 - Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.
- Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.
- A partir de informaciones económicas de carácter general:
 - Identificar las principales magnitudes macro-económicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.

● Analizar la organización y la situación económica de una empresa del sector, interpretando los parámetros económicos que la determinan.

Explicar las áreas funcionales de una empresa tipo del sector, indicando las relaciones existentes entre ellas.

A partir de la memoria económica de una empresa:

Identificar e interpretar las variables económicas más relevantes que intervienen en la misma.

Calcular e interpretar los ratios básicos (autonomía financiera, solvencia, garantía y financiación del inmovilizado,...) que determinan la situación financiera de la empresa.

Indicar las posibles líneas de financiación de la empresa.

CONTENIDOS (Duración 65 horas)

Salud laboral

Condiciones de trabajo y seguridad. Salud laboral y calidad de vida. El medio ambiente y su conservación.

Factores de riesgo: Físicos, químicos, biológicos, organizativos. Medidas de prevención y protección.

Técnicas aplicadas de la organización "segura" del trabajo.

Técnicas generales de prevención/protección. Análisis, evaluación y propuesta de actuaciones.

Casos prácticos.

Prioridades y secuencias de actuación en caso de accidentes.

Aplicación de técnicas de primeros auxilios.

Consciencia/inconsciencia.

Reanimación cardiopulmonar.

Traumatismos.

Salvamento y transporte de accidentados.

Legislación y relaciones laborales

Derecho laboral: normas fundamentales.

La relación laboral. Modalidades de contratación, salarios e incentivos. Suspensión y extinción del contrato.

Seguridad Social y otras prestaciones.

Órganos de representación.

Convenio colectivo. Negociación colectiva.

Orientación e inserción socio-laboral

El mercado laboral. Estructura. Perspectivas del entorno.

El proceso de búsqueda de empleo: Fuentes de información, mecanismos de oferta-demanda, procedimientos y técnicas.

Iniciativas para el trabajo por cuenta propia. Trámites y recursos de constitución de pequeñas empresas.

Recursos de auto-orientación profesional. Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales. La superación de hábitos sociales discriminatorios. Elaboración de itinerarios formativos/professionalizadores. La toma de decisiones.

Principios de economía

Variables macroeconómicas. Indicadores socioeconómicos. Sus interrelaciones.

Economía de mercado.

Oferta y demanda.

Mercados competitivos.

Relaciones socioeconómicas internacionales: U.E.

Economía y organización de la empresa

Actividad económica de la empresa: criterios de clasificación.

La empresa: Tipos de modelos organizativos. Áreas funcionales. Organigramas.

Funcionamiento económico de la empresa.

Patrimonio de la empresa.

Obtención de recursos: financiación propia, financiación ajena

Interpretación de estados de cuentas anuales.

Costes fijos y variables.

3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN

3.1. MATERIAS DEL BACHILLERATO QUE SE HAN DEBIDO CURSAR PARA ACCEDER AL CICLO FORMATIVO CORRESPONDIENTE A ESTE TÍTULO

Materias de modalidad

Matemáticas aplicadas a las ciencias sociales II
Economía y organización de empresas

Otros contenidos de Formación Profesional de Base

Secretaría y archivo.
Aprovisionamiento y comercialización.
Administración y financiación.
Personal y recursos humanos.

3.2. PROFESORADO

3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de “Gestión Comercial y Marketing”

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Investigación comercial	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Políticas de marketing	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Logística comercial	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Marketing en el punto de venta	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Gestión de la compraventa	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Aplicaciones informáticas de propósito general	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Lengua extranjera	(1)	Profesor Técnico de F.P.
Formación y orientación laboral	Formación y Orientación Laboral	Profesor de Enseñanza Secundaria

(1) Alemán, Francés, Inglés, Italiano o Portugués, en función del idioma elegido

3.2.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo

MATERIAS	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Economía	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Economía y organización de la empresa	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria

3.2.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

- Organización y Gestión Comercial

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, de los títulos de:

- Diplomado en Ciencias Empresariales

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

- Formación y Orientación Laboral

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/los título/s de:

- Diplomado en Ciencias Empresariales
- Diplomado en Relaciones Laborales
- Diplomado en Trabajo Social
- Diplomado en Educación Social

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

3.3. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS

De conformidad con el art. 39 del R.D. 1004/1991 de 14 de junio, el Ciclo formativo de Formación Profesional de Grado Superior: GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING, requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente R.D., los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1.a del citado R.D. 1004/1991 de 14 de junio.

Espacio Formativo	Superficie	Grado de utilización
Aula de gestión comercial	90 m ²	50 %
Aula de audiovisuales	60 m ²	15 %
Aula polivalente	60 m ²	35 %

El “grado de utilización” expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las administraciones educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el “grado de utilización”, los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

3.4. CONVALIDACIONES, CORRESPONDENCIAS Y ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS

3.4.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional

Investigación comercial
 Políticas de marketing
 Marketing en el punto de venta
 Gestión de la compraventa
 Aplicaciones informáticas de propósito general

3.4.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral

Investigación comercial
 Políticas de marketing
 Marketing en el punto de venta
 Gestión de la compraventa
 Aplicaciones informáticas de propósito general
 Formación y orientación laboral
 Formación en centro de trabajo

3.4.3. Acceso a estudios universitarios

Diplomado en Biblioteconomía y Documentación
 Diplomado en Ciencias Empresariales
 Diplomado en Educación Social
 Diplomado en Estadística
 Diplomado en Gestión y Administración Pública
 Diplomado en Informática
 Diplomado en Relaciones Laborales
 Diplomado en Trabajo Social
 Técnico en Empresas y Actividades Turísticas

Servicios al Consumidor

Denominación: SERVICIOS AL CONSUMIDOR

Nivel: FORMACIÓN PROFESIONAL DE GRADO SUPERIOR

Duración del ciclo formativo: 1.400 HORAS

REALES DECRETOS: Título: 1652/1994 (B.O.E. 28/09/1994)
Curriculo: 1667/1994 (B.O.E. 04/10/1994)

1. REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

1.1.1. Competencia general

1.1.2. Capacidades profesionales

1.1.3. Unidades de competencia

Realizar el control de establecimientos, industrias, actividades, productos y servicios, en el ámbito del consumo.

Ejecutar los planes de atención al consumidor-usuario de bienes y servicios.

Obtener, organizar y controlar la información/documentación en materia de consumo.

Organizar y gestionar los planes formativos y campañas de información en materia de consumo.

- 1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL
 - 1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos
 - 1.2.2. Cambios en las actividades profesionales
 - 1.2.3. Cambios en la formación
- 1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO
 - 1.3.1. Entorno profesional y de trabajo
 - 1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

- 2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO
- 2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA
 - Inspección de consumo
 - Información y atención al consumidor
 - Organización de sistemas de información de consumo
 - Formación del consumidor
- 2.3. MÓDULO PROFESIONAL TRANSVERSAL
 - Aplicaciones informáticas de propósito general
- 2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO
- 2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

-
- 3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN**
 - 3.1. MATERIAS DEL BACHILLERATO QUE SE HAN DEBIDO CURSAR PARA ACCEDER AL CICLO FORMATIVO CORRESPONDIENTE A ESTE TÍTULO
 - 3.2. PROFESORADO
 - 3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo
 - 3.2.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo
 - 3.2.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia
 - 3.3. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS
 - 3.4. CONVALIDACIONES, CORRESPONDENCIAS Y ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
 - 3.4.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional
 - 3.4.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral
 - 3.4.3. Acceso a estudios universitarios

1.REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

1.1.1. Competencia general

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico son:

Gestionar y ejecutar los planes de protección al consumidor y usuario de bienes y servicios, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.

Este técnico actuará, en su caso, bajo la supervisión general de Licenciados y/o Diplomados.

1.1.2. Capacidades profesionales

Interpretar la normativa legal vigente en materia de consumo, adaptándose a los cambios frecuentes que se producen y a las consecuencias que se derivan de su aplicación.

Inspeccionar, en el marco del consumo, las prácticas comerciales habituales realizadas en establecimientos, industrias, actividades, productos y servicios, detectando anomalías para desarrollar actuaciones correctoras.

Valorar los aspectos claves de las denuncias/reclamaciones presentadas por los consumidores/usuarios y realizar las acciones requeridas para la solución de las mismas.

Elaborar planes de formación en materia de consumo y campañas de información.

Organizar procesos de obtención y tratamiento de información/documentación en materia de consumo, atendiendo a las necesidades y/o requerimientos de la organización.

Poseer una visión global e integrada del proceso de prestación del servicio relativa a los diferentes aspectos técnicos, organizativos, económicos y humanos relacionados con aquél.

Adaptarse a nuevas situaciones laborales generadas como consecuencia de los cambios producidos en las técnicas, organización laboral y aspectos económicos relacionados con su profesión.

Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo de su trabajo, coordinando su actividad con otras áreas de la organización.

Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, responsabilizándose de la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, organizando y dirigiendo tareas colectivas y cooperando en la superación de dificultades que se presenten, con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros y subordinados.

Resolver problemas y tomar decisiones individuales sobre sus actuaciones o las de otros, identificando y siguiendo las normas establecidas procedentes, dentro del ámbito de su competencia, consultando dichas decisiones cuando sus repercusiones organizativas, económicas o de seguridad son importantes.

Estudiar y proponer nuevos criterios o acciones encaminados a mejorar la actividad de su unidad, manteniéndose informado de las innovaciones, tendencias, tecnología y normativa aplicable a su ámbito de competencia.

Requerimientos de autonomía en las situaciones de trabajo

A este técnico, en el marco de las funciones y objetivos asignados por técnicos de nivel superior al suyo, se le requerirán en los campos ocupacionales concernidos, por lo general, las capacidades de autonomía en:

Atención al consumidor.

Tramitación de reclamaciones.

Realización de visitas de inspección.

Elaboración y control de planes de información/formación en materia de consumo.

Elaboración de informes y evaluación de actividades de información/formación.

Identificación, localización y evaluación de fuentes de información y documentación.

Análisis, tratamiento y distribución de información relativa al consumo.

1.1.3. Unidades de competencia

1. Realizar el control de establecimientos, industrias, actividades, productos y servicios, en el ámbito del consumo.
2. Ejecutar los planes de atención al consumidor/usuario de bienes y servicios.
3. Obtener, organizar y controlar la información/documentación en materia de consumo.
4. Organizar y gestionar los planes formativos y campañas de información en materia de consumo.

Unidad de Competencia 1

Realizar el control de establecimientos, industrias, actividades, productos y servicios, en el ámbito del consumo

REALIZACIONES

1.1. Determinar las líneas de actuación en la visita de inspección para la consecución de los objetivos prefijados.

1.2. Realizar la visita de inspección de acuerdo con el carácter de la actuación para asegurar el cumplimiento de la legislación.

1.3. Levantar correctamente Acta de la inspección efectuada cuando el carácter de la actuación lo requiera.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifica el carácter de la actuación inspectora:

De obtención de información

De asesoramiento y control

De control

De comprobación de denuncias/reclamaciones y la finalidad de la misma, a partir de la orden de servicio o denuncia/reclamación.

Se identifica la legislación aplicable al sector que se va a inspeccionar.

Se identifican acciones anteriores y resultados de actuaciones de inspección en el sector específico, si existen.

Se confecciona, en su caso, el protocolo (Guía de actuaciones) de la visita de inspección, especificando:

Aspectos que se deben observar

Medios y material necesarios

Actuaciones (nº visitas, direcciones, establecimientos, industrias) y calendario

De manera que se facilite y agilice el desarrollo de la visita de inspección.

La persona que realiza la visita se identifica ante el responsable de la empresa o el visitado, exponiéndole con claridad el motivo de la misma.

En la visita de inspección se adopta una actitud correcta, firme y segura con el compareciente.

En la visita de carácter informativo se obtienen todos los datos necesarios o documentación representativa sobre el tema concreto de la campaña de inspección.

En la visita de comprobación de denuncias/reclamaciones se verifican los daños manifestados por el consumidor/usuario a través de los métodos oportunos.

En la visita de asesoramiento se expone claramente la información sobre la nueva legislación que afecta a la actividad de la empresa o el producto/servicio y se entrega la documentación oportuna.

Se asesora al visitado sobre los aspectos que hay que modificar y se fija el plazo de la visita de control para comprobar el cumplimiento de la legislación expuesta o la corrección de las anomalías detectadas.

Se comprueba el cumplimiento de las exigencias legales (procesos, documentación, instalaciones, personal, almacenaje, productos, servicios...), observando las especificaciones del protocolo.

Se procede a la intervención cautelar, inmovilizando el producto cuando se observa que una mercancía está alterada, falsificada o no identificada, es fraudulenta y puede entrañar riesgo para el consumidor.

Se separa, marca y/o precinta la mercancía que hay que inmovilizar de forma que sea imposible su manipulación sin que se aprecie, y se informa sobre la responsabilidad que adquiere quien realiza tal manipulación.

Se notifica al jefe de Inspección la deficiencia observada para emprender actuaciones correctoras.

Se elabora el tipo de Acta adecuada a la inspección realizada: de toma de muestras, de citación, de inmovilización, de recogida de muestras, de comprobación de reclamaciones, adjuntando la documentación necesaria.

Se redacta el Acta de forma clara, concisa y minuciosa, expresando los datos del compareciente y del/de los inspectores actuante/s, el lugar, fecha y hora de la inspección así como todos los hechos y datos concretos, evitando suposiciones e interpretaciones personales.

Se facilita el Acta al compareciente para que pueda formular las observaciones o alegaciones que considere necesarias.

Se cumplimenta el Acta por triplicado y se entrega un ejemplar al compareciente.

1.4. Efectuar la toma de muestras aplicando los procedimientos adecuados a la naturaleza del producto.

Se toman muestras representativas del producto y se asegura que las tres unidades elegidas (muestra reglamentaria) sean lo más homogéneas posible (marca, modelo, tipo, referencia, lote y fecha).

Se toma de cada unidad la cantidad suficiente para que el laboratorio pueda llevar a cabo todas las pruebas necesarias según el tipo de producto y lo establecido en la normativa vigente.

Se asegura el transporte adecuado de la muestra de manera que se garantice su entrega en las condiciones de recogida.

Se garantiza la identidad de las muestras con su contenido original, durante el tiempo de conservación de las mismas, realizando las operaciones de precintado, lacrado y etiquetado en cada ejemplar de la muestra y estampado de las firmas de las partes intervinientes.

1.5. Presentar conclusiones, obtenidas en la actuación inspectora, en el tiempo y forma establecidos.

Se expresa de forma resumida y clara todo lo realizado en la visita de inspección así como las posibles infracciones detectadas, adjuntando las Actas y documentación anexa a ellas.

La estructuración de los datos sobre la visita se realiza de una forma ordenada y homogénea facilitando la consulta de información concreta en todo momento.

Se transmite el informe y documentación en tiempo y forma y de acuerdo con procedimientos establecidos, facilitando la instrucción de expedientes.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipo y soportes)

Orden de servicio, protocolo, denuncias, reclamaciones, Ley General de Defensa de Consumidores y Usuarios, R.D. de infracciones y sanciones. RTS de Comercio minorista. Otras disposiciones españolas legales y de la UE en materia de consumo. Facturas, albaranes de compras, licencias, registros.

Material que utiliza

Útiles para toma de muestras. Elementos de acondicionamiento para el transporte de muestras.

Procesos, métodos y procedimientos

Elaboración de informes explicando actuaciones y conclusiones obtenidas. Cumplimentación y redacción del modelo de Acta de inspección adecuada a cada tipo de actuación. Toma de muestras. Plan de actuación en la visita de inspección.

Principales resultados del trabajo

Actas de inspección. Control del cumplimiento de la legislación en materia de consumo. Informes sobre las actuaciones realizadas.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Establecimientos e industrias de productos y servicios. Departamentos de la propia organización. Organismos públicos de protección al consumidor. Clientes/usuarios.

Unidad de Competencia 2:

Ejecutar los planes de atención al consumidor/usuario de bienes y servicios

REALIZACIONES

2.1. Atender adecuadamente al consumidor/usuario e identificar el problema/consulta para deducir líneas de actuación.

2.2. Informar y asesorar adecuadamente al consumidor de los derechos y posibles soluciones en relación con el problema/consulta planteado de acuerdo con especificaciones establecidas.

2.3. Establecer un sistema de información que optimice el coste y tiempo de tratamiento y acceso a la misma.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se adopta una actitud correcta: modos amables, interés por el interlocutor y su petición y la atmósfera creada es agradable.

La apariencia y aspectos son correctos.

La petición es atendida con diligencia.

Los hechos se ordenan cronológicamente y se determinan las partes intervinientes, obteniendo una idea general del objeto de la consulta.

Se valoran los aspectos puntuales del relato:

Identificación de lagunas

Criterios y elementos subjetivos del mismo introducidos por el consumidor o usuario

Identificación del objetivo del consumidor detectando si desea información o presentar denuncia/reclamación.

y se concreta el contexto que rodea la situación expuesta por el consumidor.

Se deduce si la respuesta puede ser inmediata, aplazada o si es conveniente que el consumidor presente denuncia o reclamación, para adoptar las medidas que requiera el procedimiento establecido.

Se adopta una actitud correcta y se aplica un criterio de prudencia posponiendo las contestaciones a las consultas complejas que requieren buscar respuesta.

Se asesora al consumidor/usuario para que exprese claramente el problema en el impreso de reclamación/denuncia.

Se especifican los documentos necesarios que debe presentar el consumidor para la tramitación y verificación del fundamento de la reclamación/consulta (facturas, contratos, presupuestos, resguardos, folletos...)

Se identifica la información/documentación necesaria para resolver la consulta planteada.

Se identifica la fuente de información más fiable y se obtienen los datos necesarios a través de los procedimientos establecidos.

Se elabora, en su caso, una respuesta a la consulta planteada, describiendo clara y ordenadamente posibles situaciones y vías de actuación.

Se transmite al consumidor/usuario la solución a la consulta planteada mediante cita, correo o teléfono, en tiempo y forma establecidos.

Se sintetizan las actuaciones efectuadas en la solución del problema, presentando un informe al reclamante en tiempo y forma por si desea presentar denuncia ante otras instancias mediante vía judicial.

Se elabora un estadillo de entradas con unas reseñas que se consideran mínimas para identificar las características esenciales de la consulta: nº de registro, fecha de entrada, nombre de reclamante y reclamado y extracto del asunto.

Se elabora un archivo manual o informatizado, aplicando técnicas de archivo en el que se recogen todas las consultas, peticiones, respuestas y reclamaciones, organizándolas por orden de entrada para atender a las mismas por orden cronológico y/o por otros criterios establecidos.

Se calcula el tiempo y el coste óptimo para el acceso a los datos almacenados, valorando procedimientos de acceso, formas de presentar la información registrada y tiempo invertido en el acceso a la información.

Se establecen procedimientos de acceso a la información necesaria en el desarrollo de las actividades de información y asesoramiento al consumidor que aseguren la disponibilidad de la misma en tiempo y forma.

Se verifica que el sistema de información definido cumple con los requerimientos informativos en el departamento.

2.4. Gestionar de forma correcta las quejas y reclamaciones hacia los departamentos y/o entidades y organismos correspondientes de modo que el objetivo o interés del consumidor en la resolución del conflicto sea satisfecho.

Se estructura adecuadamente el plan de actuación, estableciendo prioridades en función de la complejidad del problema.

Se identifican los organismos, instituciones, departamentos y/o instancias con competencias para resolver el problema.

Se presentan las reclamaciones en tiempo, forma y contenido adecuado siguiendo el procedimiento administrativo establecido por la ley y/o, en su caso, por la organización.

Se verifica la correcta recepción y tratamiento de la reclamación en el organismo/departamento ante la que se ha presentado.

2.5. Actuar como mediador persiguiendo soluciones de consenso entre las partes en las reclamaciones presentadas por consumidores o usuarios, aplicando las técnicas de negociación adecuadas.

Se aplican técnicas de negociación que se adaptan al cliente, a la situación y a los criterios establecidos en la empresa.

Se oferta, por escrito, la mediación a las partes afectadas, explicando adecuadamente su objetivo, y, en su caso, se les convoca para el acto de mediación, expresando claramente lugar, fecha y hora.

Se adoptan actitudes objetivas en el acto, intentado el consenso entre las partes.

En su caso, el acta de mediación es completa, objetiva, con una redacción clara y concisa y de acuerdo con las normas y procedimientos establecidos.

2.6. Controlar adecuadamente el proceso de reclamación para detectar anomalías o retrasos.

Se realiza el seguimiento de la reclamación tramitada ante organismos/empresas para obtener información de la fase en que se encuentra y poder adoptar, en su caso, medidas adecuadas en el momento preciso.

Se verifica que las respuestas lleguen en forma y plazo establecidos.

Se informa diligentemente al reclamante de cada actuación y resultado obtenido de forma oral y/o escrita y se consulta ante las posibles opciones.

2.7. Controlar la calidad del servicio prestado por la empresa/organización, analizando necesidades y grado de satisfacción en las mismas.

Se obtiene información necesaria de los clientes a través de métodos de investigación de mercados para conocer el grado de satisfacción de sus necesidades.

Se analizan las características del servicio prestado y se compara con las necesidades de los clientes para detectar posibles modificaciones en el nivel de servicio que se adapten a las demandas de la clientela.

Se presentan conclusiones a través de informes, acerca de la satisfacción de los consumidores, de sus necesidades, aportando medidas que, en su caso, pueden optimizar la calidad del servicio.

Se organiza y procesa la información recogida, aplicando técnicas de archivo, técnicas estadísticas y de tratamiento informático, en su caso, de la información para facilitar el análisis posterior de los datos.

Se transmite al departamento correspondiente los defectos detectados en el producto/servicio para mejorar su calidad.

DOMINIO PROFESIONAL

Información (naturaleza, tipo y soportes)

Bases de datos que recojan casuística sobre peticiones de consulta, de información, denuncias y quejas. Legislación específica en consumo. Ley de procedimiento administrativo. Fichas de entrada de las reclamaciones (archivos). Listado e información sobre organismos o instituciones con competencias en materia de consumo.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: Entornos de usuario, procesadores de texto, bases de datos.

Procesos, métodos y procedimientos

Información/atención a clientes/consumidores. Gestión de reclamaciones ante los organismos correspondientes. Mediación entre las partes intervinientes en la reclamación/denuncia. Organización y tratamiento de la información. Control de calidad. Técnicas de comunicación. Técnicas de negociación.

Principales resultados del trabajo

Información y asesoramiento en materia de consumo a los consumidores y usuarios de bienes y servicios. Solución de reclamaciones y denuncias de los consumidores y usuarios de bienes y servicios. Control de la calidad del servicio.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Consumidores y usuarios de bienes y servicios. Organismos e instituciones con competencias en materia de consumo. En empresas privadas: Departamento administración, marketing, producción y otros.

Unidad de Competencia 3:

Obtener, organizar y controlar la información/documentación en materia de consumo

REALIZACIONES

3.1. Obtener la información/documentación que afecta al consumidor/usuario, asegurando su fiabilidad y de acuerdo con el presupuesto establecido.

3.2. Procesar la información procedente de fuentes internas y externas a la organización, aplicando los métodos de organización y tratamiento que se adapten a las necesidades del departamento.

3.3. Atender en tiempo y forma las demandas internas y externas de información específica en materia de consumo.

3.4. Establecer procedimientos para mantener la información con la integridad, disponibilidad y seguridad requeridas.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican las principales fuentes de información y documentación más fiables (Boletines oficiales, investigaciones y estudios, libros y revistas especializadas, bases de datos, organismos públicos y privados, estadísticas de consultas y reclamaciones y medios de comunicación general), a las que se puede acceder a través de procedimientos establecidos.

Se identifica la información/documentación necesaria para elaborar un archivo documental que disponga ampliamente de los temas esenciales relacionados con el consumo.

Se seleccionan las fuentes de información/documentación en función de la relación coste/rendimiento idónea y ajustándose al presupuesto de la organización y posibilidades de acceso a la misma.

Se aplican las técnicas de recogida de información que aseguran la veracidad de los datos.

Se cataloga cada documento en función de los criterios de la organización y aplicando las técnicas precisas, facilitando la localización del mismo.

Se archiva el documento aplicando distintas técnicas (manuales o informáticas) en función de la utilización que se le va a dar, del destinatario y del tiempo que se va a conservar.

Se confecciona un fichero con los datos personales de los usuarios de los servicios de la organización, clasificándolos por el tipo de demanda y el sector concreto y que suponga un fácil acceso a la información.

Se confecciona la estadística con los datos disponibles, agrupando consultas y reclamaciones según los criterios de la organización para tener una información global del nivel del servicio prestado.

Se actualizan las fuentes de información y las bases documentales propias de forma periódica, identificando la información reciente en materia de consumo complementando/modificando anteriores registros.

Se utilizan los programas informáticos adecuados al tipo de necesidad de tratamiento de la información.

Se obtiene la información necesaria para la elaboración de los documentos informativos, accediendo con facilidad a fuentes internas y externas y siguiendo el procedimiento establecido.

La información que contienen los documentos elaborados se estructura de manera ordenada y homogénea y se redacta de forma clara y concisa, especificando fuente y fecha.

En los períodos, y de acuerdo con sistemas establecidos, se elabora el boletín (de prensa, legislativos y otros), analizando la información de interés y seleccionando aquella que debe contextualizar el documento.

Se identifica el objetivo de la demanda de información (soporte y profundidad) para organizar el proceso, método y forma de transmitirla.

Se suministra el documento informativo al departamento / entidad / individuo solicitante por el canal más económico, rápido y eficaz, en función de los procedimientos establecidos.

Se toman las medidas necesarias para asegurar la conservación de los ficheros almacenados en los distintos soportes informáticos.

Se realizan periódicamente las copias de respaldo tanto de los paquetes como de los archivos de trabajo.

Se establece un sistema que facilite el acceso a la información almacenada estableciendo la manera más rápida y eficaz para obtenerla y asegurando su integridad.

3.5. Asegurar el óptimo funcionamiento del Sistema de Información establecido.

Se comprueba que los procedimientos y métodos de organización de la información se adaptan a la incorporación de nuevas tecnologías y necesidades de la empresa/organismo.

Se identifican los nuevos sistemas de organización y tratamiento de información, susceptibles de aplicación para el desarrollo de la actividad, valorando ventajas adicionales al sistema establecido e inconvenientes, y proponiendo, en su caso, la incorporación de los mismos.

Se identifican nuevas fuentes de información y documentación, que amplíen y actualicen el archivo documental de consumo.

Se verifica la actualización de la normativa en materia de consumo, comprobando los registros efectuados.

Se controla que la información solicitada se transmite en tiempo y forma establecidos.

DOMINIO PROFESIONAL

Información (naturaleza, tipo y soportes)

Publicaciones, bases de datos, información de los distintos sectores productivos y de servicios existentes en el mercado. Reclamaciones, denuncias y consultas de los consumidores y usuarios de bienes y servicios. Boletines oficiales. Medios de comunicación. Legislación. Estudios sobre consumo.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: Entornos de usuario, procesadores de texto, hojas de cálculo, bases de datos.

Procesos, métodos y procedimientos

Recogida de información. Organización y archivo de la información y documentación. Acceso a información. Control de los sistemas de información.

Principales resultados del trabajo

Base de datos y documentación en materia de consumo. Boletines informativos de consumo.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Departamentos de la organización. Organismos públicos y privados de protección al consumidor. Consumidores y usuarios de bienes y servicios.

Unidad de Competencia 4: Organizar y gestionar los planes formativos y campañas de información en materia de consumo

REALIZACIONES

4.1. Identificar necesidades de información/formación del consumidor/usuario de bienes y servicios para la elaboración del plan.

4.2. Elaborar los planes de formación/información en materia de consumo, de acuerdo con especificaciones recibidas, que cubran las necesidades detectadas en el marco de los objetivos establecidos.

4.3. Organizar y gestionar la disposición de los recursos materiales y equipo humano necesarios para desarrollar el plan formativo/informativo, de acuerdo con el presupuesto aprobado por la organización.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifica el tipo de información necesaria para determinar las necesidades de formación/información que se deben cubrir por el plan.

Se sintetizan los datos de la información obtenida para facilitar la obtención de conclusiones.

Se identifican los aspectos y situaciones más problemáticas para el consumidor/usuario de bienes y servicios y se deduce el segmento de población afectado.

Se identifica el segmento de consumidores/usuarios objeto del plan.

Se identifican los contenidos del plan y se definen con precisión.

En su caso, el cuestionario definido es completo, preciso y permite obtener la información requerida.

Se selecciona el tema concreto de la campaña de información o actividad formativa, en función de las necesidades detectadas y se propone a su superior jerárquico.

Se determina el sector de la población idóneo a quien se va a dirigir el plan formativo/informativo así como los objetivos que se deben cumplir de acuerdo con las directrices de la organización.

Se determinan y/o desarrollan claramente los principales aspectos que configuran la estructura del plan (Metodología, actividades, contenidos, perfil de expertos y colaboradores (personas/empresas) en la materia elegida para impartir la formación, materiales que hay que utilizar, duración y fechas, soportes publicitarios y otros) y permitan deducir líneas de actuación posteriores.

Se elabora un presupuesto previo de la puesta en marcha de la actividad formativa/informativa teniendo en cuenta todos los aspectos esenciales, realizándose los cálculos oportunos y utilizando el formato establecido por la organización, comprobando si la ejecución de la actividad está dentro de los márgenes establecidos.

Se dan instrucciones precisas a los ponentes/colaboradores sobre la ejecución del plan formativo/informativo, de acuerdo con los objetivos establecidos.

Se determina el espacio físico que se adecua al desarrollo de la actividad formativa por sus condiciones físicas y presupuesto.

Se seleccionan los ponentes y colaboradores en función del perfil definido en el plan y del presupuesto disponible y se gestiona, siguiendo el procedimiento establecido, el tipo de contrato adecuado a la actuación.

De los presupuestos ofrecidos por la empresa suministradora se ha seleccionado aquel que se ajuste a las condiciones de calidad/precio establecidas por la organización.

Se dan las instrucciones precisas a la empresa suministradora para la elaboración y preparación de la documentación/materiales necesarios para el desarrollo de la actividad formativa/informativa.

Se verifica que el material/documentación suministrado está de acuerdo con lo exigido y es el adecuado.

La disposición de los materiales/medios para el desarrollo de la actividad se gestiona mediante escrito de solicitud o contrato de compra o alquiler.

4.4. Gestionar la difusión, a través de los medios de comunicación, de la campaña de información o el plan formativo de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan.

Se selecciona la forma de difusión de la actividad a través de los medios de comunicación más eficaces y que se ajuste al presupuesto establecido.

Se elabora un dossier con la información precisa sobre los objetivos y desarrollo de los planes formativos/informativos.

Se realizan las actuaciones necesarias para la difusión de la actividad de acuerdo con la forma y medios seleccionados (Rueda de prensa, intervención en radio, notas de prensa, anuncios.)

4.5. Controlar el desarrollo del plan formativo/informativo para asegurar su correcta ejecución.

Se controla el cumplimiento de los calendarios de ponentes y colaboradores.

Se asegura la correcta aparición, con la frecuencia y tiempos pactados, de la información transmitida por el medio o medios de comunicación utilizados, de modo que en ningún momento se desvirtúe el objetivo fijado.

Se adoptan las medidas precisas ante cualquier anomalía imprevista que haya surgido durante el desarrollo del plan.

4.6. Evaluar el plan formativo/informativo determinando la eficacia del mismo utilizando las técnicas adecuadas.

Se calculan las desviaciones producidas entre el presupuesto aprobado y los costes reales de la campaña de información o actividad formativa.

Se diseñan y aplican las técnicas precisas de evaluación para conocer el grado de:

Comprensión-conocimiento.

Satisfacción con las actividades realizadas.

Preferencias y comportamientos

Se elabora una memoria que recoja, al menos, los siguientes aspectos:

Desarrollo de la actividad formativa/informativa.

Grado de cumplimiento de los objetivos.

Incidencias.

Resultados de la evaluación.

Conclusiones.

expresando todo ello de forma clara, concisa y completa y presentando dicha información en el tiempo adecuado.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipos y soportes)

Información/documentación en materia de consumo elaborada por el departamento de documentación. Documentación sobre didáctica. Información sobre publicidad y medios de comunicación. Formatos de test y encuestas para valorar la eficacia del plan formativo/informativo. Contratos. Documentación administrativa. Presupuestos.

Procesos, métodos y procedimientos

Análisis de necesidades formativas/informativas del consumidor y usuario de bienes y servicios. Evaluación de resultados obtenidos. Métodos de enseñanza dirigidos a grupos de consumidores/usuarios de bienes y servicios. Cálculo de costes. Elaboración de presupuestos.

Principales resultados del trabajo

Plan formativo en materia de consumo. Campaña de información en materia de consumo. Presupuestos.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Grupos de consumidores y usuarios de bienes y servicios. Medios de comunicación.

1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL

1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos

Con la apertura de fronteras internacionales la normativa comunitaria en materia de consumo de bienes y servicios adquiere mayor importancia en cuanto a su aplicación y cumplimiento, identificándose referencias legales europeas que hacen mención a la importancia de la protección del consumidor.

El Tratado de la Unión Europea cita la protección de los consumidores estableciendo la necesidad de acciones concretas que apoyen y complementen la política llevada a cabo por los Estados miembros, a fin de proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores y garantizarles una información adecuada.

Las nuevas formas comerciales aparecidas que suponen cambios organizativos importantes y prácticas competitivas cada vez más fuertes en el mercado de fabricantes y distribuidores hacen preciso una mayor vigilancia de dichas actividades y de los posibles riesgos y abusos a que el consumidor está expuesto.

Los sistemas de producción cambiantes y la aparición de nuevos productos y servicios en el mercado suponen un constante control del cumplimiento de las normas de calidad exigidas para una comercialización y consumo adecuados.

1.2.2. Cambios en las actividades profesionales

El desarrollo creciente de actividades referentes a la defensa de los derechos de los consumidores, inducirán probablemente a cambios legislativos tanto a nivel nacional como internacional en esta materia.

Se producirá una mayor valoración de las actividades de atención al cliente, por la fuerza creciente adquirida en las áreas de venta. Se detecta ya la tendencia, tanto en sectores empresariales privados como en el ámbito público, la creación de departamentos de atención al consumidor, en sustitución de departamento de atención/información al cliente.

Se detecta un aumento creciente en el interés del consumidor por conocer sus derechos en las actividades del mercado de consumo lo que origina un incremento en las actividades formativas dirigidas al mismo.

1.2.3. Cambios en la formación

Las contingencias a las que está expuesto el consumidor/usuario de bienes y servicio en las actividades comerciales de las empresas y que se incrementan en la medida que se desarrollan las prácticas comerciales, exigen un incremento en la formación de profesionales que puedan aplicar y hacer cumplir la política de protección al consumidor.

Se observan necesidades crecientes de formación profesional para capacitar a personas en el ejercicio de las actuaciones de inspección y control del mercado y educación/información a los consumidores y usuarios en la defensa de sus derechos.

Se prevé un incremento a medio plazo, de las necesidades formativas en los métodos de formación de formadores y de dirección de grupos.

Las nuevas tecnologías y métodos en organización y tratamiento de la información requieren la formación y actualización en este área.

1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO

1.3.1. Entorno profesional y de trabajo

Esta figura ejercerá su actividad en el sector de servicios en el área de protección al consumidor/usuario de bienes y servicios, y en departamentos de atención al cliente.

Los principales subsectores donde puede desarrollar su actividad son:
Sector Público: Administración Central, Autónoma y Local.

Sector Privado: Asociaciones de consumidores, cooperativas de consumo, empresas industriales, empresas de servicios, empresas comerciales.

En general, en organismos públicos y empresas grandes y medianas industriales y comerciales dentro del departamento de atención al consumidor/cliente y en empresas de asesoramiento al consumidor/usuario de bienes y servicios.

1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

Esta figura profesional se ubica fundamentalmente en las funciones/subfunciones de información, asesoramiento, formación, gestión de reclamaciones del consumidor y usuario de bienes y servicios y en la inspección de las prácticas comerciales en el ámbito del consumo.

Las técnicas y conocimientos tecnológicos abarcan los campos de la inspección, información/formación en el ámbito del consumo y comprenden:

Proceso de formación: técnicas metodológicas, de dirección de grupos y de evaluación.

Proceso de información: técnicas de comunicación y negociación.

Proceso de *tratamiento de la información*: equipos y soportes para procesar la información/documentación/reclamaciones en materia de consumo y técnicas de archivo, registro y actualización. Técnicas de recogida de información.

Legislación en materia de consumo; documentación comercial; procedimientos de redacción y cumplimentación de actas de inspección; proceso de visita en materia de consumo; métodos de registro y proceso de la *información/documentación/reclamaciones*.

Ocupaciones y puestos de trabajo tipo más relevantes

Con fines de orientación profesional se enumeran a continuación las ocupaciones y puestos de trabajo que podrían ser desempeñados adquiriendo la competencia profesional definida en el perfil del título.

Técnico en consumo de las oficinas de información al consumidor de las Administraciones Públicas, técnico en consumo en los organismos públicos y privados de defensa de los consumidores, técnico en consumo de las cooperativas de consumo, técnico de información/atención al cliente, técnico de inspección de consumo.

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO

Analizar el funcionamiento de la sociedad de consumo desde una perspectiva económica, sociológica y desde la psicología de los consumidores.

Interpretar y aplicar la normativa existente a nivel comunitario, estatal, autonómico y local, para la protección de los derechos de los consumidores y usuarios.

Analizar el funcionamiento y competencias de las instituciones y organismos públicos y privados de protección al consumidor.

Desarrollar una actitud crítica y analítica respecto a los diferentes problemas que surgen a consumidores y usuarios de bienes y servicios.

Utilizar estrategias de comunicación para transmitir y recibir información y resolver situaciones conflictivas, tanto en la información individual al consumidor y en la gestión de reclamaciones, como en la colectiva para el desarrollo de campañas de información y educación.

Seleccionar y aplicar las técnicas de inspección que permitan realizar un control adecuado de establecimientos, industrias, actividades, productos y servicios.

Elaborar los distintos tipos de documentos habituales en materia de consumo (actas de inspección, memorias, dossiers de información...), utilizando, en su caso, los modelos de documentos establecidos a nivel oficial.

Operar con programas informáticos en la realización de tareas de organización y tratamiento de la información en materia de consumo.

Interpretar el marco legal, económico y organizativo que regula y condiciona la actividad productiva, identificando los derechos y las obligaciones que se derivan de las relaciones en el entorno de trabajo, así como los mecanismos de inserción laboral.

Elaborar proyectos o planes de formación del consumidor, de acuerdo con las necesidades de información en materia de consumo detectadas en el mercado y en función de unas prácticas comerciales que habitualmente se realizan y en las que el consumidor es el objeto directo.

Seleccionar y valorar críticamente las diversas fuentes de información relacionadas con su profesión, que le permita el desarrollo de su capacidad de autoaprendizaje y posibiliten la evolución y adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA

Módulo Profesional 1: Inspección de consumo

Asociado a la Unidad de Competencia 1: Realizar el control de establecimientos, industrias, actividades, productos y servicios, en el ámbito del consumo

CAPACIDADES TERMINALES

1.1. Interpretar la legislación en materia de consumo aplicable a distintas situaciones en las que se presenten actuaciones de control de establecimientos, industrias, productos y servicios.

1.2. Definir una guía de actuaciones, de acuerdo con el tipo de visita y las técnicas de inspección de consumo.

1.3. Seleccionar el método de toma de muestras más adecuado a una situación de inspección de productos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar los términos jurídicos en materia de consumo que se manejan habitualmente en la legislación.

Analizar la legislación de un país extranjero concreto y la legislación nacional que regula determinados aspectos en consumo y deducir las diferencias existentes entre ellas.

Dado un supuesto de actuación de control, asociar el objeto de la misma con la ley específica aplicable en materia de consumo, explicando el uso práctico que debe hacerse de dicha ley.

Dado un sector determinado, citar la legislación aplicable en materia de consumo y resumir brevemente su contenido.

Describir los objetivos y procedimientos que se aplican en cada uno de los cuatro tipos de visita de inspección.

Describir los principales parámetros que se deben considerar en un protocolo o guía de actuaciones.

A partir de una situación objeto de inspección convenientemente caracterizada:

Reconocer el tipo de actuación que se debe realizar.

Identificar e interpretar la legislación aplicable al caso.

Identificar los objetivos que hay que cumplir.

Elaborar adecuadamente el protocolo de inspección, especificando:

- a) Actuaciones y calendario
- b) Aspectos que se deben observar
- c) Material necesario (tipo de acta, documentación)

Describir los diferentes métodos de toma de muestras en función de la naturaleza de los productos.

Definir el concepto de muestra y explicar su importancia en el proceso de inspección global.

Explicar las fases que componen el procedimiento que debe seguirse en una toma de muestras.

A partir de un supuesto de inspección para toma de muestras convenientemente caracterizado, especificar:

Procedimiento que hay que seguir

Material necesario

Metodología de la toma de muestras

Transporte adecuado de las muestras

y confeccionar correctamente el acta correspondiente.

1.4. Elaborar actas de inspección de consumo de acuerdo con el tipo de actuación.

Reconocer el modelo documental soporte de las distintas actas oficiales de inspección de consumo.

Citar los datos mínimos que deben figurar en un acta de inspección y explicar la importancia de expresar correctamente cada uno de ellos.

A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado, confeccionar una acta de inmovilización de productos.

A partir de distintos supuestos de visitas de inspección convenientemente caracterizados, confeccionar de forma correcta, al menos, los siguientes tipos de actas:

De recogida de información.

De comprobación de reclamaciones.

De citación.

CONTENIDOS (Duración 190 horas)

La Inspección de Consumo

Concepto y finalidad del control de establecimientos, industrias, actividades, productos y servicios.

Importancia de la inspección de consumo en el desarrollo de la economía nacional e internacional.

Motivación de la actuación inspectora.

Modalidades de la actuación inspectora.

Obtención de información.

Asesoramiento y control.

De control.

De comprobación de denuncias/reclamaciones.

El inspector de consumo.

Funciones y responsabilidades.

Ubicación dentro de la Administración Pública.

Normativa aplicable a la inspección de consumo (legislación básica sobre consumo en España y en la U.E.): definición, características, parámetros exigibles, irregularidades más frecuentes de

Productos alimenticios:

Leche y productos lácteos.

Huevos.

Grasas.

Frutas.

Hortalizas y verduras.

Frutos secos.

Cereales.

Legumbres.

Alimentos estimulantes (café, cacao, chocolate, sucedáneos).

Carnes.

Pescados y mariscos.

Productos industriales:

Lejías y detergentes.

Pegamentos y colas.

Material escolar y juguetes.

Textiles y calzado.

Aparillaje eléctrico.

Productos químicos: disolventes, pinturas, barnices.

Electrodomésticos.

Manufacturas de piel, cuero y derivados.

Servicios:

Actividades recreativas y espectáculos.

Restauración y actividades turísticas.

Electricidad.

Seguros.

Servicios financieros.

Servicios post-venta. Talleres de reparación.

Tintorería.

Transportes.

Vivienda.

Infracciones y sanciones en materia de protección al consumidor

Concepto, origen y acciones legales contra la infracción.

Análisis de la legislación vigente relativa a infracciones y sanciones en materia de consumo.

Tipología de fraudes e infracciones.

Calificación de las infracciones: leves, graves y muy graves.

Tratamiento específico para cada tipo: procedimientos y responsabilidades legales.

Sanciones pecuniarias y accesorias.

Procedimiento administrativo.

Efectos legales: obligaciones, responsabilidades.

Competencia de las distintas Administraciones en materia de inspección: Central, Autonómica y Local

Organigrama funcional de la inspección de consumo

Elementos

Funciones

Límites de actuación en cada una de las Administraciones Públicas

Competencias

Ambito de actuación

Técnicas de inspección

Planificación de actuaciones.

Elaboración de protocolos o guías de actuación: elementos formales, aspectos que lo configuran.

Ejecución de actuaciones.

Procedimientos de trabajo utilizados en cada una de las actuaciones realizadas para cada tipo de inspección.

Proceso para iniciar actuaciones en función del tipo de visita de inspección.

Formalidades en las actuaciones.

Métodos de inspección.

Intervención cautelar.

Comprobación de documentos, de daños.

Aplicación de técnicas de comunicación en la inspección de consumo.

Técnicas específicas aplicadas a:

Inspección de productos industriales y alimenticios.

Parámetros observables y evaluables.

Actuaciones.

Inspección de servicios.

Parámetros observables y evaluables.
 Actuaciones.
 Establecimientos.
 Parámetros observables y evaluables.
 Actuaciones.

Toma de muestras

Caracteres de las muestras.
 Requisitos formales.
 Técnicas de toma de muestras.
 De productos alimenticios.
 De productos industriales.
 Análisis de las muestras.
 Aspectos reglamentarios.
 Laboratorios oficiales y privados.
 Métodos de análisis (Reglamentaciones, Normas UNE,...).
 Tipos de análisis (organoléptico, fisicoquímicos, instrumental, microbiológico,...).

Actas de inspección de consumo

Función del acta de inspección
 Naturaleza.
 Efectos de levantar acta de inspección.
 Modelos documentales para cada tipo de inspección
 Tipología.
 Efectos del documento.
 Redacción/cumplimentación de actas
 Estructura.
 Requisitos legales.

Módulo Profesional 2:

Información y atención al consumidor

Asociado a la Unidad de Competencia 2: Ejecutar los planes de atención al consumidor/usuario de bienes y servicios

CAPACIDADES TERMINALES

2.1. Analizar consultas/reclamaciones en materia de consumo, para deducir las líneas de actuación, de acuerdo con la legislación y procedimientos definidos.

2.2. Analizar el procedimiento de mediación/arbitraje para solucionar situaciones de conflicto en materia de consumo, de acuerdo con la normativa vigente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Enumerar las principales instituciones y organismos públicos y alguno privado de protección al consumidor y explicar su competencia.

Describir las funciones del departamento de atención al consumidor en empresas industriales y comerciales.

Describir algunas de las consultas/reclamaciones que habitualmente presenta un consumidor.

Identificar las principales fuentes de información que se utilizan en la función de asesoramiento de consumo.

Identificar los escritos que normalmente se utilizan en la gestión de consultas/reclamaciones.

A partir de un supuesto de petición de información por un consumidor/usuario en materia de consumo convenientemente caracterizado y unos procedimientos definidos:

Interpretar la petición de información.

Identificar y localizar la información que hay que suministrar.

Confeccionar correctamente un escrito de respuesta, utilizando, en su caso, un programa informático adecuado.

A partir de un supuesto práctico de reclamación por un consumidor/usuario convenientemente caracterizado:

Analizar el problema e identificar la legislación aplicable.

Determinar el procedimiento de gestión más adecuado, indicando los pasos que se deben efectuar y explicando los resultados posibles.

Argumentar la solución dada a la reclamación en:

El supuesto de la Administración.

El supuesto de la empresa privada.

En supuestos de reclamaciones de consumidores convenientemente caracterizadas:

Confeccionar correctamente los escritos necesarios para la gestión de las reclamaciones dirigidos a organismos y/o empresas.

Definir el concepto de mediación y el concepto de arbitraje y explicar las diferencias sustanciales entre ambos.

Definir las figuras que intervienen en un proceso de arbitraje y las funciones de cada una de ellas.

Explicar la forma de iniciar un proceso de mediación/arbitraje, su desarrollo y los plazos habituales para su resolución.

Explicar las diferencias entre arbitraje facultativo y obligatorio, enumerando las situaciones donde se aplica cada uno.

Describir el concepto de laudo arbitral, y la forma y plazos de su dictamen.

Describir los principales aspectos que se han de tener en cuenta en la confección de un acta de mediación.

Dado un supuesto de reclamación de un consumidor, convenientemente caracterizado en el que se ha decidido el procedimiento de arbitraje para dar solución al conflicto:

Confeccionar correctamente la convocatoria al acto de mediación/arbitraje indicando tiempo y forma en el que se tiene que enviar.

En la simulación de un acto de mediación, convenientemente caracterizado:

Identificar el objetivo del acto.

Definir las líneas de actuación adecuadas.

Demostrar una actitud correcta, objetiva y conciliadora en el transcurso de la mediación.

Analizar la situación y desarrollo del acto, sintetizando la información obtenida y deduciendo lo esencial de la actividad.

Redactar el acta de mediación, expresando de manera clara y objetiva lo expresado en el acto y los acuerdos adoptados.

2.3. Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención/asesoramiento al consumidor

Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de atención al público y en la mediación de reclamaciones.

Describir las fases que componen una entrevista personal con fines de asesoramiento o de mediación.

Describir la forma y actitud adecuada en la atención y asesoramiento en materia de consumo.

A partir de la simulación de una situación de atención al consumidor, convenientemente caracterizada:

Identificar los elementos de la comunicación y analizar el comportamiento del consumidor.

Adaptar adecuadamente su actitud y discurso a la situación de la que se parte.

Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.

A partir de un supuesto de solicitud de información a un determinado organismo/departamento, convenientemente caracterizado:

Redactar la solicitud de forma clara y concisa y con el tratamiento adecuado, en función de su finalidad y organismo/departamento al que va dirigido.

En una supuesta conversación telefónica con un consumidor, convenientemente caracterizada:

Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.

Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.

Favorecer la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.

2.4. Aplicar técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.

Identificar y definir las técnicas de negociación más utilizadas para solucionar reclamaciones presentadas en los departamentos de atención al consumidor.

Distinguir los aspectos o cláusulas que figuran en un contrato de compraventa de un producto/servicio susceptibles de negociación y las que no lo son.

Identificar las diferentes etapas en un proceso de negociación.

En la simulación de una entrevista con un consumidor, convenientemente caracterizada y establecida para negociar determinados aspectos de una reclamación:

Definir un plan de negociación en el que se establezcan las fases que se deben seguir y los aspectos que hay que negociar.

2.5. Aplicar métodos de control de calidad de los procesos de atención/información al cliente/consumidor.

Describir incidencias comunes en los procesos de atención a clientes/consumidores.

Describir los métodos que habitualmente se utilizan para evaluar la eficacia en la prestación del servicio.

En un caso práctico convenientemente caracterizado de anomalía detectada en procesos de atención/información a un cliente/consumidor, explicar posibles medidas para su resolución.

En un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se describe el grado de ineficacia en la prestación del servicio de atención a clientes/consumidores, describir posibles medidas y procedimientos aplicables para mejorar y optimizar la calidad del servicio.

CONTENIDOS (Duración 225 horas)

El consumidor

Art. 51 de la Constitución.

Valor normativo.

Interpretación y aplicación.

Ley 26/84 general para la defensa de consumidores y usuarios, y estatutos autonómicos del consumidor.

Origen, contenido y alcance.

Medios de ejecución de la ley.

Instituciones y organismos (públicos y privados) de protección al consumidor. Competencias

Tipología de los entes públicos: Admón. Central, Autonómica, Provincial y Local.

Organigrama funcional.

Competencias generales del organismo y específicas del personal.

Tipología de los entes privados: Asociaciones de consumidores, cooperativas de consumo, empresas de servicios.

Organigrama funcional.

Competencias generales y específicas del personal.

Departamentos de atención al consumidor en las empresas

Dependencia funcional en la empresa

Organigramas.

Interrelaciones.

Funciones fundamentales desarrolladas en la atención al cliente

Naturaleza

Efectos

El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al consumidor.

Relaciones públicas.

Establecimiento de canales de comunicación con el cliente.

Reclamaciones y denuncias

Aplicación de la normativa que regula los derechos del consumidor/usuario.

Procedimientos de recogida de las reclamaciones/denuncias.

Elementos formales que contextualizan la reclamación.

Documentos necesarios o pruebas en una reclamación.

Configuración documental de la reclamación.

Tramitación y gestión.

Proceso de tramitación de una reclamación: plazos de presentación, interposición de la reclamación ante los distintos órganos/entes.

La actuación administrativa.

Los actos administrativos: concepto y elementos, clases, eficacia de los actos, el silencio administrativo.

Mediación y arbitraje

Concepto y características.

Situaciones en las que se puede originar una mediación o arbitraje en consumo.

Mediación.

Personas jurídicas y físicas que intervienen en la mediación.

Requisitos exigibles.

Aspectos formales.
 Procedimientos.
 Arbitraje de consumo.
 Legislación aplicable a las situaciones de arbitraje en consumo.
 Juntas arbitrales.
 Organigrama funcional.
 Personas jurídicas y físicas que intervienen en el arbitraje.
 Procedimientos.

La comunicación.

Los elementos de la comunicación
 Emisores.
 Receptores.
 Los procesos de comunicación
 Fases.
 Canales y medios.
 Control de la información.
 Las dificultades de la comunicación.
 Funciones del mensaje.
 Tipos de comunicación
 Verbal.
 No verbal.
 Escrita.
 Actitudes y técnicas en la comunicación
 Normas.
 Aplicación.
 Medios y equipos.
 La comunicación telefónica: identificación de la empresa/organización, transmisión/petición de información, realización de gestiones. Nuevas tecnologías.

La negociación

Objetivos en la negociación de una reclamación (denuncia de un consumidor).
 Técnicas utilizadas en la negociación de reclamaciones.
 Definición y desarrollo de planes de negociaciones.
 Caracterización de distintos tipos de clientes/consumidores.
 Aplicación de técnicas de negociación en casos de reclamaciones de consumidores.

Control de calidad del servicio

Tratamiento de anomalías.
 Forma.
 Plazos.
 Incidencias/anomalías.
 Procedimientos de control del servicio.
 Parámetros de control.
 Técnicas de control.
 Evaluación y control del servicio.
 Métodos de evaluación.
 Medidas correctoras.

Módulo Profesional 3:

Organización de sistemas de información de consumo

Asociado a la Unidad de Competencia 3: *Obtener, organizar y controlar la información/documentación en materia de consumo*

CAPACIDADES TERMINALES

3.1. Analizar los métodos de obtención de información relacionada con el consumo de bienes y servicios.

3.2. Analizar los procedimientos y aplicar métodos para organizar, tratar y archivar la información/documentación de consumo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Analizar las distintas fuentes de información y documentación en materia de consumo existentes y señalar ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

Explicar los métodos más utilizados de recogida de información en materia de consumo.

Describir los parámetros esenciales que se deben analizar para juzgar la fiabilidad de una información recogida.

A partir de unos datos que caracterizan tres fuentes de información:

Calcular relación coste/rendimiento de cada una de ellas, teniendo en cuenta precio, forma de acceso y soporte, y seleccionar aquella cuyo ratio sea el óptimo.

Ante un supuesto práctico de demanda de información, convenientemente caracterizado:

Seleccionar el método de recogida de datos en función de su fiabilidad.

Obtener los datos necesarios de una biblioteca y de organismos públicos y privados (OMIC, AACC).

Explicar los sistemas de organización y tratamiento de la información de consumo más utilizados y los emergentes.

Explicar las principales funciones de un archivo documental.

Describir los métodos fundamentales de actualización y mantenimiento de la información en un fondo documental.

Analizar la utilidad de distintos paquetes de "software" aplicados habitualmente en la organización y tratamiento de la información, distinguiendo ventajas de cada uno de ellos y especificando las posibles dificultades de manejo.

Explicar los canales de acceso a la información más utilizados en una oficina de consumo, describiendo las características fundamentales de cada uno de ellos.

Analizar las principales técnicas de archivo/catalogación, relacionando ventajas e inconvenientes en función de la utilización, tiempo de archivo y tipo de información.

A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado, en el que se dispone de una información recogida de diferentes fuentes:

Clasificar los datos según el tipo de fuente de información de donde proceden.

Aplicar una técnica adecuada para organizar y archivar la información suministrada y que suponga un fácil acceso a la misma.

Utilizar, en su caso, un programa informático adecuado para el tratamiento y organización de la información.

Utilizar las funciones y utilidades del paquete y del sistema operativo que garanticen las normas de seguridad, integridad y confidencialidad de los datos.

Aplicar la normativa vigente y los procedimientos idóneos para copiar y garantizar la seguridad e integridad de la información.

3.3. Elaborar documentos específicos sobre consumo, integrando datos, textos y gráficos, con la organización, formato y presentación adecuados.

Explicar los principales aspectos que se deben observar en la elaboración de un documento que recoja información de consumo, en cuanto a la forma, estructura y contenido.

A partir de boletines oficiales publicados por el Estado en el período de un mes:

Analizar la información que proporcionan y detectar aquella normativa relativa al consumo.

Ordenar y estructurar la información legislativa obtenida confeccionando un boletín de legislación que recoja toda la normativa de consumo publicada en el período de tiempo dado.

Utilizar la aplicación informática adecuada.

Dadas unas referencias de distintas publicaciones semanales:

Analizar la información referente a consumo deduciendo los aspectos fundamentales que afectan al consumidor.

Ordenar y estructurar la información de las noticias y artículos analizados sobre consumo, confeccionando un boletín de prensa que exponga claramente los contenidos seleccionados.

Utilizar la aplicación informática adecuada.

En casos prácticos de confección de documentación de consumo, convenientemente caracterizados, y a partir de medios y aplicaciones informáticas de reconocido valor en el mercado:

Seleccionar y utilizar el formato más adecuado a cada tipo de información, en razón de su presentación final.

Elegir y utilizar los medios de presentación de la documentación más adecuados a cada caso:

Presentación sobre el monitor.

Presentación con diapositivas.

Presentación animada con ordenador y sistema de proyección.

Presentación en papel.

Utilizar las funciones y procedimientos de las aplicaciones de tratamiento de texto necesario para la elaboración de documentación.

Utilizar las funciones y procedimientos de las aplicaciones de tratamiento de gráficos necesarios para la elaboración de documentación.

Utilizar la aplicación y/o, en su caso, el entorno que permita y garantice la integración de texto, gráfico y datos.

Descubrir/reconocer y corregir los posibles errores cometidos al introducir y manipular los datos con el sistema informático, con la ayuda de alguna utilidad de la propia aplicación (corrector ortográfico, etc).

Presentar correctamente la documentación requerida, de acuerdo con su naturaleza.

CONTENIDOS (Duración 190 horas)

Fuentes de información sobre consumo

Tipología de las fuentes de información de consumo.

Calidad de la información: parámetros de fiabilidad y verificación de los datos.

Procedimientos de obtención de la información/documentación en materia de consumo.

La información de consumo. Análisis comparativo.

Características en cuanto a la naturaleza de la información.

Variables sociológicas, económicas y jurídicas que influyen en el consumo.

Técnicas de catalogación y archivo

Introducción a lenguajes documentales.
Nociones de catalogación y análisis documental: utilización de los instrumentos de catalogación, indización y clasificación.
Bibliografía y obras de consulta.
Bancos y bases de datos: concepto, estructuras.
Tipología de archivos: métodos y criterios de archivo.

Elaboración de boletines de prensa, de sumarios, de legislación, etc.

Finalidad.
Información.
Síntesis.
Recopilación.
Estructura.
Elementos.
Presentación.
Composición.

El proceso documental: entrada, tratamiento y difusión del documento

Tecnología básica para el tratamiento, mantenimiento y difusión de la información.
Herramientas. "Software".
Tratamiento del documento.
Métodos.

Organización de centros documentales

Funciones y servicios de los centros documentales.
Descripción de fondos documentales.
Aspectos técnicos y administrativos del funcionamiento de los centros documentales.
Aplicación de técnicas de atención al usuario.
Integración de servicios informáticos.
Concepto de la archivística, funciones y objetivos.
Aspectos legales de la archivística.
Normativa sobre archivos, bibliotecas y centros de documentación.
Marco legal español sobre actividades documentales.
Derecho de propiedad intelectual y Ley del Patrimonio Histórico.

Aplicación de la informática en servicios al consumidor

La informática aplicada a los centros documentales: soportes, automatización de servicios.
Métodos de acceso a la información por el usuario a través de las bases de datos.

Módulo Profesional 4:

Formación del consumidor

Asociado a la Unidad de Competencia 4: Organizar y gestionar los planes formativos y campañas de información en materia de consumo

CAPACIDADES TERMINALES

4.1. Evaluar necesidades formativo/informativas en materia de consumo.

4.2. Organizar actividades formativo/informativas en materia de consumo.

4.3. Evaluar la aplicación de un plan formativo o campaña informativa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar las variables que influyen en la decisión de compra de un producto o la utilización de un servicio.

Describir las fuentes de información y métodos que normalmente se utilizan para detectar carencias formativas en los consumidores/usuarios.

Identificar y explicar los principales factores psicológicos que pueden afectar al comportamiento de los consumidores.

A partir de una publicación realizada sobre estudios efectuados en materia de consumo:

Deducir los puntos de interés para la formación/información de consumidores.

Establecer relaciones funcionales entre el comportamiento de los consumidores y las necesidades formativas.

Explicar los principales criterios de segmentación de los consumidores para facilitar el análisis de sus necesidades.

Identificar los parámetros esenciales de un plan formativo/informativo.

Enumerar los criterios que deben aplicarse en la selección de ponentes y colaboradores.

Definir las principales técnicas y métodos pedagógicos que deben aplicarse en la formación de consumidores/usuarios.

Analizar las características de los principales medios de comunicación existentes en el mercado en función de su identidad para la difusión de información sobre consumo.

Realizar un estudio comparativo entre los distintos soportes y las formas publicitarias más utilizadas en cada medio, deduciendo ventajas e inconvenientes de cada una, para un caso práctico de difusión convenientemente caracterizado.

A partir de un supuesto práctico, convenientemente caracterizado, en el que se detalla un tema objeto de la formación y presupuestos disponibles, determinar:

Perfil de los colaboradores y expertos.

Metodología que se va a utilizar en la formación.

Desarrollo didáctico de los contenidos.

Temporalización.

Materiales didácticos necesarios y características del lugar de impartición de la formación y acondicionamiento.

Identificar y describir las técnicas de evaluación utilizadas habitualmente para medir el grado de eficacia de un plan formativo/informativo.

Identificar y definir los principales parámetros que se deben medir para evaluar la eficacia de un plan formativo/informativo.

Confeccionar un cuestionario tipo de evaluación de una actividad formativa/informativa.

A partir de un supuesto plan formativo/informativo convenientemente caracterizado y definidos unos resultados obtenidos:

Sintetizar y estructurar la información de manera clara y concisa, presentando conclusiones a través de un informe.

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

La sociedad de consumo

Evolución de los hábitos de consumo.
Desarrollo histórico, fases, actualidad.
Mercados de consumo: características.
Cultura consumista.
Valores sociales.
Diferenciación social y consumo.
Movimiento consumerista: repercusiones sociales, económicas y jurídicas.

Psicología del consumidor

Modelos de comportamiento del consumidor.
El modelo Nicosia.
El modelo Howard.
El modelo de Engel, Kollat y Blackwell.
Variables que intervienen en los procesos de compra.
Aspectos externos al comportamiento del consumidor.
Aspectos internos al comportamiento del consumidor.
Tipología de consumidores/usuarios.
Preferencias en edad, sexo, clase social, cultura y nivel económico.
Estilos de vida y su influencia sobre el acto del consumo.

Investigación del mercado de consumo

Concepto de segmentación de mercado.
Criterios y proceso de segmentación de mercados.

Publicidad

Concepto de publicidad, objetivos.
Formas publicitarias en los distintos medios.
Prensa.
Radio.
Televisión.
Cine.
Exterior.
Directa.
P.L.V.
Campañas publicitarias.
Objetivos de la campaña.
Organización, planificación y diseño.
Tipología de las campañas publicitarias.
El mensaje publicitario.
Análisis, evaluación de la publicidad.
Legislación reguladora de la publicidad en España.
Estatutos.
Organos reguladores.
Publicidad engañosa y subliminal.

Formación	Educación del consumidor. Legislación. Objetivos. Contenidos. Metodología. Técnicas específicas de educación del consumidor. Experiencias en la educación al consumidor. Características del colectivo destinatario de la formación. Material didáctico para la formación: tipos, ventajas e inconvenientes de cada tipo y para cada plan de formación. Diseño de planes y actividades de formación.
Técnicas de dirección de grupos	Tipología de los participantes. Técnicas de dinámica de grupos. Aplicación de las técnicas de dinamización y dirección de grupos.
La programación de actividades	El proceso de la programación. Fases. Definición de objetivos. Resultados. Estructura de una programación: variables. Cálculo de tiempos. Métodos. Parámetros.

2.3. MÓDULO PROFESIONAL TRANSVERSAL

Módulo Profesional 5:

Aplicaciones informáticas de propósito general

CAPACIDADES TERMINALES

5.1. Interpretar las funciones básicas de los elementos lógicos y físicos que componen un sistema informático.

5.2. Aplicar, como usuario, las utilidades, funciones y procedimientos de un sistema operativo monousuario.

5.3. Aplicar los comandos o instrucciones necesarios para la realización de operaciones básicas con un sistema conectado en red de área local.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar las funciones básicas de la unidad central de proceso y de los equipos periféricos, relacionándolas con las fases comunes de un proceso de datos.

Distinguir las funciones básicas de la memoria interna, precisando la incidencia de su capacidad de almacenamiento en las prestaciones del sistema informático.

Clasificar los equipos periféricos utilizados habitualmente según su función en el proceso de datos.

Distinguir las características básicas de los distintos soportes de archivo utilizados habitualmente en el segmento de ordenadores personales.

Describir las características generales de algunos modelos tipo en el mercado de ordenadores personales.

Precisar el concepto de byte y definir sus múltiplos.

Definir el concepto de programa.

Precisar los conceptos de registro y archivo informático.

Explicar el concepto de aplicación informática y enumerar las aplicaciones tipo en la gestión empresarial.

A partir de un caso práctico sobre un sistema informático del que se dispone de un "software" instalado y de su documentación básica, identificar:

El "hardware" del sistema.

El sistema operativo y sus características.

La configuración del sistema.

Las aplicaciones instaladas.

Los soportes de información utilizados por el sistema.

Explicar la estructura, funciones y características básicas de un sistema operativo monousuario.

Instalar un sistema operativo monousuario.

Precisar el concepto de comando, distinguiendo entre comandos internos y externos.

Poner en funcionamiento el equipo informático y verificar los distintos pasos que tienen lugar identificando las funciones de carga del sistema operativo.

A partir de supuestos prácticos: manejar las utilidades, funciones y procedimientos del sistema operativo, justificando la sintaxis o, en su caso, el protocolo de operación.

Crear ficheros que manejen órdenes del sistema operativo.

Describir las funciones básicas del servidor de red.

Explicar la sintaxis relativa a los comandos e instrucciones básicas del sistema operativo de red.

En un caso práctico, realizar, a través del sistema operativo de red, operaciones de copia, actualización y transmisión de la información almacenada previamente en el disco duro del servidor.

5.4. Manejar, como usuario, un procesador de texto, una hoja de cálculo y una base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

Distinguir, identificar y explicar la función de las aplicaciones: Procesador de textos, hoja de cálculo y base de datos.

Instalar adecuadamente las aplicaciones informáticas.

Acceder a las aplicaciones de tratamiento de textos, hojas de cálculo y base de datos, a través de procedimientos definidos.

A partir de supuestos prácticos:

Manejar el procesador de texto, utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para la edición, recuperación, modificación, almacenamiento, integración... de textos.

Manejar hojas de cálculo utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el tratamiento de datos.

Manejar bases de datos utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.

Intercambiar datos o información entre aplicaciones de tratamiento de textos, hoja de cálculo y bases de datos.

Elaborar, copiar, transcribir y cumplimentar información y documentación.

Realizar copias de seguridad de los paquetes de aplicación y de la información manejada.

Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

A partir de casos prácticos:

Interpretar los procedimientos de seguridad, protección e integridad establecidos en el sistema.

Aplicar los procedimientos anteriores desde el sistema operativo, desde el "hardware" y/o desde una aplicación.

Detectar fallos en los procedimientos de seguridad y protección establecidos y utilizados.

Argumentar y proponer soluciones.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

Introducción a la informática

Procesos de datos e informática.

Diferencias entre datos e información.

Funciones y fases de un proceso de datos tipo.

Proceso electrónico de datos.

Elementos de "hardware".

Estructura modular del sistema físico.

Unidad Central de Proceso.

Conceptos de "bus" e "interface".

Equipos periféricos.

Unidades y soportes físicos.

Periféricos de entrada.

Periféricos de salida.

Representación interna de datos.

Concepto de "bit".

Sistemas de codificación de caracteres.

Concepto y múltiplos del "byte".

Archivos y registros.

Elementos de "software".

Concepto de programa.

Lenguaje máquina y lenguajes de alto nivel: conceptos básicos.

Programas de usuario: aplicaciones.

Sistemas operativos

Funciones básicas de un sistema operativo.
Sistemas operativos monousuario y multiusuario.
Utilización de sistemas operativos monousuario
Comandos del sistema operativo
Creación de ficheros "batch".
Configuración y carga del sistema operativo.
Procedimientos de protección de información.
Entornos de usuario.
Utilización de entornos de usuario.
Estructura y funciones del entorno de usuario.
Procedimientos de trabajo e impresión.

Redes locales

Tipos básicos de redes de área local.
Componentes físicos de redes locales.
Servidores.
Estaciones de trabajo.
Periféricos.
Conexiones.
Sistema operativo de redes locales.
Utilidades básicas del supervisor o administrador.
Utilidades de usuario.

Procesadores de texto

Estructura y funciones de un procesador de textos.
Instalación y carga de procesadores de texto.
Diseño de documentos.
Formato de documento.
Formato de línea.
Formato de página.
Formato de columnas.
Tablas: formato de columnas y celdas.
Edición de textos.
Funciones de edición.
Procedimientos de escritura, inserción y borrado de textos.
Procedimientos de búsqueda y sustitución de textos.
Operaciones con bloques de texto.
Procedimientos para enfatizar textos.
Numeración automática de líneas. Cabeceras y notas a pie de página.
Procedimientos de trabajo con varios textos.
Inserción de gráficos.
Correctores ortográficos y diccionario de sinónimos.
Gestión de archivos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de archivos de texto.
Ejecución de órdenes del sistema operativo desde el procesador de textos.
Procedimientos de protección de archivos.
Impresión de textos.

Control de impresión.
Configuración de la impresora.
Procedimientos de impresión de textos.
Procedimientos de impresión de archivos.
Creación de índices y sumarios.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Hojas de cálculo

Estructura y funciones de una hoja de cálculo.
Instalación y carga de hojas de cálculo.
Diseño de hojas de cálculo.
Capacidad de la hoja de trabajo.
Formato de la hoja de trabajo: filas, columnas y celdas.
Formato de datos.
Formatos por omisión.
Procedimientos para relacionar filas, columnas y celdas.
Procedimientos para establecer rangos.
Edición de hojas de cálculo.
Procedimientos de introducción de datos.
Procedimientos de movimiento de datos.
Procedimientos de cálculo.
Procedimientos de presentación.
Procedimientos de utilización de fórmulas.
Procedimientos de trabajo con varias hojas de cálculo.
Gestión de archivos.
Procedimientos de búsqueda y recuperación de hojas de cálculo.
Procedimientos de grabación de hojas de cálculo.
Impresión de hojas de cálculo.
Control de impresión.
Procedimientos de impresión de hojas de trabajo.
Procedimientos de impresión de archivos.
Procedimientos de impresión de fórmulas.
Procedimientos de impresión de gráficos.
Utilización de macros.
Representación gráfica de hojas de cálculo.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Bases de datos

Estructura y funciones de una base de datos.
Tipos de bases de datos.
Bases de datos documentales.
Instalación y carga de una base de datos.
Diseño de bases de datos.
Utilización de bases de datos.
Procedimientos de búsqueda y recuperación de archivos y registros.
Procedimientos de grabación de información.
Procedimientos de modificación y borrado de archivos y registros.
Procedimientos de consulta.
Procedimientos de impresión.

Procedimientos de protección de datos.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Aplicaciones gráficas y de autoedición

Estructura y funciones de programas gráficos y de autoedición.
Instalación y carga de aplicaciones gráficas y de autoedición.
Tipos de gráficos soportados.
Procedimientos de diseño de gráficos.
Procedimientos de presentación de gráficos.
Procedimientos de integración de gráficos en documentos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de gráficos.
Procedimientos de protección de datos.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Paquetes integrados

Objetivos y funciones de programas integrados.
Instalación y carga de paquetes integrados.
Modularidad de paquetes integrados.
Procedimientos de importación-exportación.

2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO

CAPACIDADES TERMINALES

● Obtener información o documentación sobre consumo que sirva como base documental en las actuaciones de la organización, de acuerdo con especificaciones recibidas.

● Realizar operaciones propias de atención al consumidor y tratamiento de consultas y reclamaciones, de acuerdo con especificaciones recibidas y aplicando procedimientos establecidos.

● Organizar y procesar la información y documentación originada en el departamento, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar las principales fuentes de información y documentación sobre consumo a las que se puede acceder a través de los procedimientos establecidos.

Seleccionar las fuentes de información o documentación más fiables en función de la relación coste/rendimiento idónea y ajustándose al presupuesto establecido por la organización y posibilidades de acceso a la misma.

Realizar las gestiones necesarias para recoger la información solicitada, asegurando la veracidad de los datos.

Diseñar cuestionarios de fácil interpretación dirigidos a sectores de consumidores concretos, teniendo en cuenta los aspectos que se van a evaluar.

Establecer los contactos oportunos con organismos o individuos.

Aplicar las técnicas de comunicación idóneas en la solicitud de información.

Registrar adecuadamente las necesidades de información internas y externas, aplicando las técnicas de archivo precisas.

Recepcionar la reclamación, aplicando los procedimientos adecuados y verificar que se adjuntan correctamente los documentos requeridos legalmente.

Registrar, manual o informáticamente, las consultas y reclamaciones, aplicando las técnicas de archivo correspondientes.

Confeccionar y tramitar escritos adecuadamente para la gestión de las reclamaciones, de acuerdo con el tiempo y forma establecidos.

Realizar el seguimiento de la reclamación para conocer la fase en la que se encuentra y mantener informados a los reclamantes, puntualmente en los períodos establecidos.

Transmitir adecuadamente al departamento correspondiente los defectos detectados en el producto/servicio para que se apliquen las medidas oportunas.

Atender e informar a consumidores con diligencia, cortesía y eficacia.

Catalogar y clasificar documentos aplicando correctamente los procedimientos establecidos.

Archivar documentos o información aplicando correctamente los procedimientos establecidos.

Confeccionar ficheros de usuarios de los servicios de información que faciliten el acceso a datos concretos.

Confeccionar estadísticas con los datos de interés para la empresa u organismo.

Manejar los programas informáticos para tratar la información adecuadamente.

Actualizar la información y documentación de acuerdo con procedimientos establecidos.

Realizar tareas propias de conservación y seguridad de los datos y documentación.

● Realizar tareas específicas en el desarrollo de visitas de inspección definidas en la orden de servicio, de acuerdo con instrucciones del inspector.

Interpretar la orden de servicio identificando el carácter de la actuación y finalidad de la misma.

Cumplimentar el protocolo en visitas de inspección, especificando aspectos que hay que observar, medios y materiales necesarios, actuaciones y calendario, bajo supervisión del inspector.

Redactar, bajo la supervisión del inspector, el acta de inspección de la visita realizada y entregar copia al visitado.

Separar, marcar o precintar, en su caso, la mercancía que se va a inmovilizar de forma que sea imposible su manipulación sin que se aprecie.

Recoger, aplicando las técnicas idóneas, muestras representativas del producto elegido para la inspección que sean homogéneas y en cantidad suficiente.

Transportar las muestras de acuerdo con el procedimiento establecido y garantizando su entrega en las condiciones de recogida.

En visitas de carácter informativo, recoger los datos y documentación representativa del tema asociado a la campaña de inspección, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

● Elaborar y transmitir documentos específicos de consumo que se precisan en el desarrollo de las actuaciones de información y atención, inspección, tratamiento de reclamaciones y desarrollo de planes de formación del consumidor, de acuerdo con especificaciones y procedimientos establecidos.

Confeccionar boletines informativos según instrucciones recibidas, estructurando de manera ordenada y homogénea la información y redactándolos de forma clara y concisa, especificando fuente y fecha y aplicando correctamente los procedimientos establecidos.

Seleccionar y sintetizar la información que se solicita en demandas internas y externas de información, de acuerdo con especificaciones recibidas.

Confeccionar protocolos en función de las instrucciones recibidas, que definan correctamente las líneas de actuación en visitas de inspección.

Enviar la documentación solicitada a través de canales y métodos establecidos.

Verificar que la recepción de los documentos informativos solicitados se produce en el tiempo y forma requeridos.

Redactar informes que recojan de forma sintética el desarrollo de visitas de inspección y señalen las deficiencias detectadas.

● Desarrollar acciones durante la ejecución de planes formativos/informativos en materia de consumo, de acuerdo con especificaciones recibidas.

Interpretar adecuadamente el objeto del plan formativo/campaña informativa.

Contactar con ponentes y colaboradores seleccionados para desarrollar el plan formativo, aplicando las técnicas de comunicación adecuadas.

Preparar la documentación y el material didáctico adecuados para entregar a los asistentes al curso.

Realizar las gestiones precisas con los medios de comunicación para preparar la campaña informativa/formativa, en tiempo y forma definidos.

Controlar el cumplimiento del calendario del plan formativo.

Verificar que la información aparece en los medios de comunicación de acuerdo con las condiciones contratadas.

Analizar los cuestionarios que evalúan el aprovechamiento de los planes formativos y confeccionar memorias con las conclusiones obtenidas.

● Cumplir cualquier actividad o tarea asignada relativa a servicios al consumidor con responsabilidad profesional, demostrando una actitud de superación y respeto.

En todo momento, mostrar una actitud de respeto a los procedimientos y normas de la empresa.

Incorporarse puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos permitidos y no abandonando el centro de trabajo antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados.

Interpretar y cumplir con diligencia las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

Mantener relaciones interpersonales fluidas y correctas con los miembros del centro de trabajo.

Coordinar su actividad con el resto del equipo y departamentos, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.

Estimar las repercusiones de su actividad en la gestión de los planes de protección al consumidor y en la imagen que la empresa proyecta.

Cumplir responsablemente con las normas, procesos y procedimientos establecidos ante cualquier actividad o tarea, objetivos, tiempos de realización y niveles jerárquicos existentes en la empresa.

CONTENIDOS (Duración 440 horas)

Procesos de obtención de información en materia de consumo	<p>Identificación de fuentes de información en materia de consumo.</p> <p>Selección de fuentes de información.</p> <p>Gestión para la obtención de información.</p> <p>Diseño de cuestionarios.</p> <p>Solicitud de información aplicando las técnicas de comunicación.</p> <p>Registro de necesidades de información internas y externas.</p>
Atención al consumidor	<p>Recepción de reclamaciones y comprobación de documentación correspondiente.</p> <p>Confección de escritos básicos para la gestión de reclamaciones.</p> <p>Identificación de la forma y plazo de gestión de reclamaciones.</p> <p>Identificación del proceso y procedimiento de transmisión de la información dentro de la organización.</p> <p>Atención e información a consumidores, aplicando técnicas de comunicación y negociación.</p>
Organización y tratamiento de la información	<p>Catalogación, clasificación y archivo de documentos.</p> <p>Identificación del método de catalogación, archivos y clasificación aplicado en la organización.</p> <p>Confección de ficheros de los usuarios del servicio de atención de la organización.</p> <p>Confección de estadísticas.</p> <p>Utilización de programas informáticos de bases de datos.</p> <p>Conservación, seguridad de datos/documentación.</p>
Inspección de consumo	<p>Identificación del carácter de la actuación de inspección.</p> <p>Cumplimentación de protocolos de inspección bajo supervisión.</p> <p>Separación, marcado, precintado de mercancías.</p> <p>Recogida y transporte de muestras.</p> <p>Aplicación de técnicas de comunicación.</p> <p>Recogida de datos y documentación.</p>
Gestión administrativa en consumo	<p>Confección de boletines informativos.</p> <p>Selección y síntesis de información demandada (demandas internas y externas a la organización).</p> <p>Confección de protocolos.</p> <p>Identificación de los procedimientos para la gestión/tramitación o transmisión de la documentación/información.</p> <p>Redacción de informes sobre desarrollo de visitas de inspección.</p>
Planes informativos y/o formativos en materia de consumo	<p>Identificación del tema objeto del plan.</p> <p>Transmisión de información a ponentes/colaboradores.</p> <p>Identificación y preparación de la documentación/material didáctico.</p> <p>Gestión en medios de comunicación del plan formativo y/o informativo.</p> <p>Control del cumplimiento de calendarios.</p> <p>Análisis de cuestionarios de evaluación.</p>

2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

CAPACIDADES TERMINALES

● Determinar actuaciones preventivas y/o de protección minimizando los factores de riesgo y las consecuencias para la salud y el medio ambiente que producen.

● Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas.

● Diferenciar las modalidades de contratación y aplicar procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia.

● Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo.

● Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

● Interpretar los datos de la estructura socioeconómica española, identificando las diferentes variables implicadas y las consecuencias de sus posibles variaciones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar las situaciones de riesgo más habituales en su ámbito de trabajo, asociando las técnicas generales de actuación en función de las mismas.

Clasificar los daños a la salud y al medio ambiente en función de las consecuencias y de los factores de riesgo más habituales que los generan.

Proponer actuaciones preventivas y/o de protección correspondientes a los riesgos más habituales, que permitan disminuir sus consecuencias.

Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.

Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes en el supuesto anterior.

Realizar la ejecución de técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado...), aplicando los protocolos establecidos.

Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.

En una situación dada, elegir y utilizar adecuadamente las principales técnicas de búsqueda de empleo en su campo profesional.

Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios y localizar los recursos precisos, para constituirse en trabajador por cuenta propia.

Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.

Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.

Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.

Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los trabajadores, Directivas de la Unión Europea, Convenio Colectivo...) distinguiendo los derechos y las obligaciones que le incumben.

Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una "Liquidación de haberes".

En un supuesto de negociación colectiva tipo:

Describir el proceso de negociación.

Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad tecnológicas...) objeto de negociación.

Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.

Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.

A partir de informaciones económicas de carácter general:

Identificar las principales magnitudes macro-económicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.

● Analizar la organización y la situación económica de una empresa del sector, interpretando los parámetros económicos que la determinan.

Explicar las áreas funcionales de una empresa tipo del sector, indicando las relaciones existentes entre ellas.

A partir de la memoria económica de una empresa:

Identificar e interpretar las variables económicas más relevantes que intervienen en la misma.

Calcular e interpretar los ratios básicos (autonomía financiera, solvencia, garantía y financiación del inmovilizado,...) que determinan la situación financiera de la empresa.

Indicar las posibles líneas de financiación de la empresa.

CONTENIDOS (Duración 65 horas)

Salud laboral

Condiciones de trabajo y seguridad. Salud laboral y calidad de vida.

Factores de riesgo: Físicos, químicos, biológicos, organizativos. Medidas de prevención y protección.

Casos prácticos.

Prioridades y secuencias de actuación en caso de accidentes.

Aplicación de técnicas de primeros auxilios.

Consciencia/inconsciencia.

Reanimación cardiopulmonar.

Traumatismos.

Salvamento y transporte de accidentados.

Legislación y relaciones laborales

Derecho laboral: Normas fundamentales.

La relación laboral. Modalidades de contratación. Suspensión y extinción.

Seguridad Social y otras prestaciones.

Órganos de representación.

Convenio colectivo. Negociación colectiva.

Orientación e inserción socio-laboral

El mercado laboral. Estructura. Perspectivas del entorno.

El proceso de búsqueda de empleo. Fuentes de información; mecanismos de oferta-demanda y selección.

Iniciativas para el trabajo por cuenta propia. La empresa. Tipos de empresa. Trámites de constitución de pequeñas empresas.

Recursos de auto-orientación. Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales. Elaboración de itinerarios formativos profesionalizadores. La toma de decisiones.

Principios de economía

Variables macroeconómicas. Indicadores socioeconómicos. Sus interrelaciones.

Economía de mercado.

Oferta y demanda.

Mercados competitivos.

Relaciones socioeconómicas internacionales: U.E.

Economía y organización de la empresa

Actividad económica de la empresa: criterios de clasificación.

La empresa: Tipos de modelos organizativos. Areas funcionales. Organigramas.

Funcionamiento económico de la empresa.

Patrimonio de la empresa.

Obtención de recursos: financiación propia, financiación ajena.

Interpretación de estados de cuentas anuales.

Costes fijos y variables.

3. ORDENACION ACADEMICA E IMPARTICION

3.1.MATERIAS DEL BACHILLERATO QUE SE HAN DEBIDO CURSAR PARA ACCEDER AL CICLO FORMATIVO CORRESPONDIENTE A ESTE TÍTULO

Materias de modalidad

Economía y organización de empresas

Otros contenidos de Formación Profesional de Base

La conducta.

Percepción.

La resolución de problemas.

El pensamiento como respuesta, como estructura y como proceso activo y reglado.

El lenguaje y la conducta lingüística.

La motivación.

La emoción.

Estudio de la personalidad.

3.2. PROFESORADO

3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de “Servicios al Consumidor”

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Inspección de consumo	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Información y atención al consumidor	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Organización de sistemas de información de consumo	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Formación al consumidor	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Aplicaciones informáticas de propósito general	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Formación y orientación laboral	Formación y Orientación Laboral	Profesor de Enseñanza Secundaria

3.2.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo

MATERIAS	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Economía	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Economía y organización de la empresa	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria

3.2.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

- Organización y Gestión Comercial

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, de los títulos de:

- Diplomado en Ciencias Empresariales

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

- Formación y Orientación Laboral

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/los título/s de:

- Diplomado en Ciencias Empresariales

- Diplomado en Relaciones Laborales

- Diplomado en Trabajo Social

- Diplomado en Educación Social

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

3.3. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS

De conformidad con el art. 39 del R.D. 1004/1991 de 14 de junio, el Ciclo formativo de Formación Profesional de Grado Superior: SERVICIOS AL CONSUMIDOR, requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente R.D., los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1.a del citado R.D. 1004/1991 de 14 de junio.

Espacio Formativo	Superficie	Grado de utilización
Aula de gestión comercial	90 m ²	50 %
Aula de audiovisuales	60 m ²	10 %
Aula polivalente	60 m ²	40 %

El “grado de utilización” expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las administraciones educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el “grado de utilización”, los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

3.4. CONVALIDACIONES, CORRESPONDENCIAS Y ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS

3.4.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional

Información y atención al consumidor
Organización de sistemas de información de consumo
Aplicaciones informáticas de propósito general

3.4.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral

Información y atención al consumidor.
Organización de sistemas de información de consumo.
Aplicaciones informáticas de propósito general.
Formación en centro de trabajo.
Formación y orientación laboral.

3.4.3. Acceso a estudios universitarios

Diplomado en Biblioteconomía y Documentación
Diplomado en Ciencias Empresariales
Diplomado en Educación Social
Diplomado en Estadística
Diplomado en Gestión y Administración Pública
Diplomado en Informática
Diplomado en Relaciones Laborales
Diplomado en Trabajo Social
Técnico en Empresas y Actividades Turísticas

Comercio Internacional

Denominación: COMERCIO INTERNACIONAL

Nivel: FORMACIÓN PROFESIONAL DE GRADO SUPERIOR

Duración del ciclo formativo: 2.000 HORAS
(Equivalente a 5 trimestres de formación en centro educativo como máximo, más la formación en centro de trabajo correspondiente)

REALES DECRETOS: Título: 1653/1994 (B.O.E. 29/09/1994)
Currículo: 1668/1994 (B.O.E. 04/10/1994)
(Rectific. Pte. de B.O.E.)

1. REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

- 1.1.1. Competencia general
- 1.1.2. Capacidades profesionales
- 1.1.3. Unidades de competencia

Realizar las operaciones de compraventa de mercancías a nivel internacional.

Realizar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías.

Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento y la distribución internacional de mercancías.

Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías.

- 1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL
 - 1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos
 - 1.2.2. Cambios en las actividades profesionales
 - 1.2.3. Cambios en la formación
- 1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO
 - 1.3.1. Entorno profesional y de trabajo
 - 1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

- 2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO
- 2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA
 - Marketing internacional
 - Negociación Internacional
 - Gestión administrativa del comercio internacional
 - Almacenaje de productos
 - Transporte internacional de mercancías
 - Financiación internacional
 - Medios de pagos internacionales
- 2.3. MÓDULOS PROFESIONALES TRANSVERSALES
 - Aplicaciones informáticas de propósito general
 - Lengua extranjera en comercio internacional
- 2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO
- 2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

-
- 3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN**
 - 3.1. MATERIAS DEL BACHILLERATO QUE SE HAN DEBIDO CURSAR PARA ACCEDER AL CICLO FORMATIVO CORRESPONDIENTE A ESTE TÍTULO
 - 3.2. PROFESORADO
 - 3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo
 - 3.2.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo
 - 3.2.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia
 - 3.3. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS
 - 3.4. CONVALIDACIONES, CORRESPONDENCIAS Y ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
 - 3.4.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional
 - 3.4.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral
 - 3.4.3. Acceso a estudios universitarios
 - 3.5. ORGANIZACION TEMPORAL DEL CICLO FORMATIVO
 - 3.5.1. Módulos profesionales del primer curso
 - 3.5.2. Módulos profesionales del segundo curso

1.REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

1.1.1. Competencia general

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico son:

Gestionar los planes de actuación relacionados con operaciones de compraventa, almacenamiento, distribución y financiación en el ámbito internacional, de acuerdo con objetivos y procedimientos establecidos.

Este técnico actuará, en su caso, bajo la supervisión general de Licenciados y/o Diplomados.

1.1.2. Capacidades profesionales

Interpretar la normativa vigente en el comercio internacional, adaptándose a los cambios frecuentes que se producen y a las consecuencias que se derivan de la documentación correspondiente a las operaciones de importación y exportación y a su tramitación.

Realizar operaciones de compraventa de mercancías a nivel internacional, llevando a cabo la negociación de determinados aspectos, de acuerdo con las características estructurales y coyunturales del país con el que se establece la relación comercial, y observando la normativa vigente.

Mantener actualizada la información sobre nuevas modalidades que aparecen en el mercado de envases, embalajes y medios de transporte en el ámbito internacional, así como del seguro de la operación.

Coordinar el proceso de traslado de la mercancía, controlando que las condiciones establecidas se cumplen, elaborando y tramitando la documentación necesaria en la operación.

Gestionar las operaciones de logística en el almacenamiento y distribución internacional de mercancías, garantizando la integridad de las mismas y el aprovechamiento racional de los medios y espacios disponibles.

Realizar la gestión administrativa asociada a las importaciones y exportaciones de mercancías, garantizando la fiabilidad de las operaciones en los aspectos económicos, contractuales y legales.

Planificar la financiación de las transacciones internacionales de mercancías, analizando las diferentes vías y los posibles riesgos financieros, gestionando el proceso completo de un modo seguro para la empresa y/o sus clientes.

Comunicarse verbalmente o por escrito, de una manera clara y fluida, en el idioma correspondiente con los agentes intervinientes en la negociación de la compraventa internacional.

Poseer una visión global e integrada del proceso de importación y exportación de productos comprendiendo los mecanismos de actuación establecidos entre los distintos agentes intervinientes en cada operación de comercio internacional.

Adaptarse a nuevas situaciones laborales generadas como consecuencia de los cambios producidos en las técnicas, organización laboral y aspectos económicos relacionados con su profesión.

Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo de su trabajo, coordinando su actividad con otras áreas de la organización.

Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, responsabilizándose de la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, organizando y dirigiendo tareas colectivas y cooperando en la superación de dificultades que se presenten, con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros y subordinados.

Resolver problemas y tomar decisiones individuales sobre sus actuaciones o las de otros, identificando y siguiendo las normas establecidas procedentes, dentro del ámbito de su competencia, consultando dichas decisiones cuando sus repercusiones organizativas, económicas o de seguridad son importantes.

Estudiar y proponer nuevos criterios o acciones encaminados a mejorar la actividad de su unidad, manteniéndose informado de las innovaciones, tendencias, tecnología y normativa aplicable a su ámbito de competencia.

Requerimientos de autonomía en las situaciones de trabajo

A este técnico, en el marco de las funciones y objetivos que le son asignados por técnicos de nivel superior al suyo, en los campos ocupacionales de su competencia, se le requerirán, por lo general, las capacidades de autonomía en:

Tratamiento de la información relativa al comercio internacional.

Gestión y elaboración de los documentos específicos de la operación de comercio internacional.

Control de las operaciones de compraventa internacional.

Evaluación de costes y riesgos de divisas en las operaciones de financiación internacional.

Control de campañas promocionales.

Control del proceso de almacenamiento de las mercancías.

1.1.3. Unidades de competencia

1. Realizar las operaciones de compraventa de mercancías a nivel internacional.
2. Realizar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías.
3. Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento y la distribución internacional de mercancías.
4. Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías.

Unidad de Competencia 1:

Realizar las operaciones de compraventa de mercancías a nivel internacional

REALIZACIONES

1.1. Identificar y seleccionar clientes o proveedores potenciales de acuerdo con criterios establecidos y con los objetivos comerciales de la organización.

1.2. Contactar con los clientes y proveedores de acuerdo con procedimientos establecidos para el desarrollo de la actuación comercial.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican las variables y parámetros que afectan a la selección de clientes y proveedores.

Se identifican organismos, entidades y empresas que pueden suministrar información fiable asociada a clientes y proveedores potenciales.

Se aplican las técnicas de investigación comercial que, dentro del presupuesto, tiempo y procedimientos establecidos, suministren datos representativos y se puedan generalizar conclusiones que faciliten la selección de clientes y proveedores potenciales.

Se identifican los factores de riesgo internos (cliente y/o proveedor) y externos (coyuntura y/o mercado exterior) que afectan a la rentabilidad y seguridad en la actuación comercial.

Se analiza la competencia exterior en la comercialización de los productos de la empresa detectando puntos fuertes, débiles, oportunidades y riesgos.

Se obtiene la información relevante sobre mercados externos.

Los proveedores extranjeros potenciales que se seleccionan, de acuerdo con los criterios establecidos, son los que ofrecen unas mejores condiciones (mayores garantías, facilidades de pago, calidad del servicio, entrega de la mercancía,...), se ajustan a las necesidades comerciales de la empresa y actúan adecuadamente con los clientes.

Los clientes extranjeros potenciales que se seleccionan, de acuerdo con los criterios establecidos, se encuentran en una situación empresarial dentro de los márgenes aceptables y suponen adecuadas oportunidades de negociación.

Se utilizan los programas informáticos idóneos para el procesamiento de la información obtenida en el proceso de recogida de datos de clientes y proveedores.

Se identifican las características descriptivas de cada uno de los clientes o proveedores con los que se realizan los contactos de manera que en el desarrollo de las sucesivas conversaciones se controle, en todo momento, la situación.

Se preparan entrevistas con el cliente o proveedor potencial, coordinando aspectos formales, teniendo en cuenta la idiosincrasia del país y de acuerdo con las especificaciones recibidas.

Se suministra u obtiene la información precisa con el cliente o proveedor sobre trámites administrativos y autorizaciones en la exportación e importación, introducción y expedición y otras condiciones de la operación como ejecución, embalaje o expedición.

Durante las conversaciones mantenidas se resuelve cualquier duda o falta de información en el cliente o proveedor, de acuerdo con las especificaciones recibidas de la operación.

La forma de expresarse en el contacto con el cliente o proveedor es correcta, fluida y en el idioma requerido por el cliente o proveedor.

Se obtiene información de clientes y proveedores a través del acceso a las bases de datos precisas y de la realización de los viajes de prospección necesarios.

Se identifican las causas de devolución de pedidos para definir líneas de actuación adecuadas.

Se atiende a los clientes en el servicio post-venta suministrando un trato agradable, y de acuerdo con los procedimientos establecidos.

1.3. Negociar determinados aspectos de la operación de compraventa internacional, de acuerdo con criterios establecidos, para determinar condiciones de la relación comercial.

Se identifican las características socio-económicas, culturales y políticas del país con el que se van a establecer las negociaciones.

Se elaboran los planes de negociación precisos, de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización, detallando las fases que los componen, estructurando los aspectos fundamentales que hay que negociar, y analizando posibles objeciones que pueden surgir en el cliente o proveedor.

Se confeccionan las ofertas para los clientes en las que se explican clara y exactamente las condiciones de la compraventa y se caracteriza correctamente el producto que se va a comercializar.

Se analiza la oferta presentada por el proveedor y se identifican los aspectos sobre los que se puede negociar, teniendo en cuenta los márgenes establecidos por la organización.

En el proceso de negociación se adopta una postura flexible, segura y siempre con predisposición positiva a los acuerdos.

Se acuerda la condición de entrega de la mercancía (INCOTERM) más adecuada y ventajosa a las características de la operación negociada.

En el proceso de concreción de las condiciones de compraventa internacional se aplican las técnicas de negociación que se adaptan a la idiosincrasia del país, objetivos comerciales establecidos y en el idioma acordado.

1.4. Gestionar el precontrato de compraventa internacional que cierra la negociación, cumpliendo con la normativa de contratación internacional, de acuerdo con procedimientos establecidos.

Se identifica la normativa de contratación internacional asociada a la operación específica negociada y aplicable en el clausulado del precontrato.

En la elaboración del precontrato (acuerdos precontractuales o carta de intenciones) se detallan claramente los aspectos y condiciones esenciales de ejecución de la compraventa (mercancía, condiciones de pago, transporte, seguro, entrega, riesgos, transferencia de la propiedad, ley aplicable, solución de litigios...), verificando que lo descrito en el documento cumple la normativa de contratación internacional y que se expresan todos los datos necesarios para ejecutar la operación.

Se aplica el procedimiento establecido en las gestiones realizadas con el servicio de expedición y servicio financiero, transmitiendo la información necesaria para desarrollar los términos especificados en el precontrato.

El precontrato se transmite al departamento correspondiente en tiempo y forma establecidos para su formalización en el contrato definitivo y formato adecuado.

1.5. Organizar y controlar las campañas promocionales, optimizando los recursos asignados, de acuerdo con los objetivos establecidos y especificaciones recibidas.

Se obtiene información precisa sobre los instrumentos promocionales de apoyo a la exportación impulsados por la Administración y, en su caso, se realizan los trámites oportunos para la aplicación en la promoción definida.

Se establecen los objetivos de la campaña promocional para definir las líneas de acción en la ejecución de la promoción.

Se selecciona el medio promocional que se adapta a las necesidades definidas, alcance más ampliamente al público objetivo y esté de acuerdo con el presupuesto establecido.

Se establecen los aspectos que van a componer la campaña promocional (dentro del medio que se debe utilizar, en colaboración con las personas correspondientes: fecha de la promoción, elección de los servicios que se prestan, precios, contenido del mensaje), y que determinan el proceso de organización de la operación para cumplir los objetivos previstos.

Se obtienen, en su caso, las desviaciones comparando los logros con los objetivos previstos en relación con el público objetivo y volumen de ventas, transmitiendo la información en tiempo y forma para la aplicación de medidas.

Se calcula correctamente la rentabilidad de la campaña (coste/nº de unidades vendidas y otros) para determinar la eficacia de la acción promocional y gestionar, en su caso, medidas correctoras.

Se mantienen actualizados los bancos de datos con la información de promociones efectuadas a través de los procedimientos establecidos, de modo que las acciones futuras puedan tener como referencia resultados de acciones pasadas.

Se identifica la normativa internacional necesaria que regula las acciones promocionales, analizando los mecanismos de funcionamiento establecidos y las regulaciones imperativas definidas.

1.6. Realizar estudios del establecimiento de redes comerciales que permitan una adecuada implantación de la empresa en el exterior.

Se identifican las variables cualitativas (usos y costumbres del país, preferencias de los clientes o proveedores hacia un producto, características de productos similares que se están comercializando en el mercado objeto de estudio, etc.) y las variables cuantitativas (PIB, tasa de inflación, IPC, renta per cápita, contingentes para un producto, número de empresas que comercializan el producto y tamaño de las mismas, etc.) que afectan al objeto del estudio.

Se identifican las fuentes externas de información primarias y secundarias que proporcionen datos fiables sobre la comercialización del producto en el país (redes comerciales, agentes, distribuidores o representantes).

Se realizan los trámites oportunos para la obtención de la información necesaria procedente de fuentes de información secundarias.

Se identifica el marco legal y fiscal exterior analizando la legislación específica del país de destino sobre redes comerciales e inversiones extranjeras.

Se seleccionan aquellas técnicas (cualitativas o cuantitativas) de recogida de información de fuentes primarias que dentro del presupuesto asignado proporcionen las mayores ventajas y la información más fiable y representativa.

Se definen los parámetros que deben evaluarse en la aplicación de la técnica de recogida de datos de fuentes primarias seleccionadas (encuestas, métodos de observación, métodos de experimentación, etc.) determinando el tamaño de la muestra representativo del universo que hay que estudiar, los criterios de selección de los individuos u organización que componen la muestra y los parámetros cuantitativos y cualitativos que se deben medir, de manera que suponga la mayor facilidad para el tratamiento e interpretación de la información.

Se procesa la información recogida en la investigación comercial aplicando técnicas estadísticas que organicen los datos y permitan obtener conclusiones aplicables al objeto de estudio.

Se realiza un análisis de la viabilidad de implantación de la red comercial evaluando adecuadamente los aspectos esenciales que la determinan:

La estructura organizativa adecuada a los objetivos.

La ubicación física y ámbito de actuación (distancia clientes/proveedores, canales de distribución, precios del sector inmobiliario de zona, elementos de prospectiva).

La previsión de recursos humanos.

La demanda potencial, previsión de gastos e ingresos.

La estructura y composición del inmovilizado.

Las necesidades de financiación y forma más rentable de la misma.

La rentabilidad del proyecto.

La posibilidad de subvenciones y/o ayudas a la empresa o a la actividad, ofrecidas por las diferentes Administraciones Públicas.

y que permita adoptar las decisiones idóneas.

Presentar de forma clara, estructurada y sintética las conclusiones derivadas del trabajo de campo y del análisis de la viabilidad de la implantación de la red realizados, a través de un informe.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipos y soportes)

Bases de datos de clientes y proveedores internacionales potenciales. Organismos que prestan ayudas a la exportación. Estudios de mercado relacionados con el objeto de investigación. Información política y socio-económica del país donde se quiere comercializar. Información técnica y general de la mercancía que se va a comprar o vender. INCOTERMS. Normas de contratación internacional (legislación). Información sobre medios de comunicación (características, funcionamiento, tipos, condiciones de trabajo,...) y campañas promocionales del sector. Boletines de información, ICEX, Publicaciones profesionales. Información sobre ayudas y consorcios de exportación. Documentos específicos que se deben utilizar en la contratación internacional (Precontrato de compraventa internacional). Publicaciones con datos sobre importaciones y exportaciones. Información sobre homologación de productos.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y teleproceso. Programas: entornos de usuario, bases de datos, tratamiento de textos, estadística.

Procesos, métodos y procedimientos

Investigación de mercados internacionales. Negociación internacional. Organización de la campaña promocional. Estudio de la viabilidad económica de la implantación de redes comerciales. Aplicación de técnicas de comunicación. Elaboración del precontrato de compraventa internacional. Elaboración de informes.

Principales resultados del trabajo

Precontrato (Carta de intenciones o acuerdos precontractuales). Estudios sobre redes comerciales internacionales. Documentación comercial intermedia.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Asesorías de comercio internacional. Importadores y exportadores. Agencias comerciales de ámbito internacional. Clientes y proveedores. Departamento de compras y comerciales de una empresa de importación/exportación, introducción o expedición.

Unidad de Competencia 2:

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

REALIZACIONES

2.1. Establecer un sistema eficaz de información que apoye las actividades de compraventa internacional.

2.2. Gestionar y controlar el seguro de las mercancías para garantizar la responsabilidad de acuerdo con la normativa vigente y con las condiciones establecidas en el contrato de compraventa internacional.

2.3. Realizar las gestiones necesarias para la importación/exportación y/o introducción/expedición de las mercancías de acuerdo con la normativa vigente.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se determinan los criterios de archivo en el sistema de información que supongan un fácil acceso y consulta, y se establece un procedimiento para mantener actualizado el fichero de clientes y proveedores en todo momento.

Se identifican las fuentes que permitan tener una información completa y actualizada de la normativa internacional, y se accede a las mismas realizando los trámites oportunos y siguiendo el procedimiento establecido.

Se identifica y procesa adecuadamente la información pertinente de la operación global de compraventa internacional para disponer en tiempo y forma de los datos precisos en futuras operaciones.

Se elabora un fichero maestro de clientes y proveedores, detallando la información más relevante (nombre, dirección, pedidos, condiciones de pago, cobro y otras), que identifique claramente al sujeto de la operación.

Se satisfacen las necesidades de información de los comerciales, en tiempo y forma.

Se obtiene la información necesaria del departamento de fabricación y de almacén sobre la producción, niveles de "stocks" y plazos de entrega, para mantener informados correctamente a los comerciales sobre las posibilidades de realización de la operación.

Se obtiene información periódicamente del estado de las cuentas (clientes, proveedores, propia empresa) para procesarla y tener actualizados en todo momento los datos que son de utilidad para las actuaciones comerciales.

Se identifica adecuadamente el riesgo y las necesidades de cobertura de la operación.

La póliza de seguro seleccionada ofrece la máxima cobertura al menor coste, y cumple las condiciones establecidas en el contrato de compraventa internacional.

Se confeccionan los partes oportunos para notificar a las compañías de seguros las aplicaciones que se deben imputar a las pólizas flotantes, dentro de los plazos establecidos, especificando fechas y características de los diferentes envíos.

Se transmite, en su caso, a la compañía aseguradora el siniestro producido, dentro de los plazos establecidos en el Código de Comercio y la Ley del Seguro y en la forma establecida.

La identificación de actuaciones y responsabilidades e indemnización en caso de siniestro es correcta.

Se controla el proceso de liquidación de siniestros hasta su ultimación con las compañías aseguradoras y/o afectados para detectar puntualmente cualquier anomalía que se produzca.

Se confecciona el contrato de compraventa internacional reflejando en el clausulado las condiciones pactadas, en la forma y plazo establecido.

Se identifica el régimen administrativo y comercial adecuado de la operación de compraventa internacional, y las implicaciones que tiene en los procedimientos y gestiones de las transacciones.

Se identifican y confeccionan correctamente los documentos que la normativa exige para el tránsito internacional (licencia de importación y exportación. Declaración de tránsito comunitario y/o común, DUA en la importación y exportación, facturas comerciales y/o proformas, Certificados de origen, Declaraciones estadísticas del sistema INTRASTAT y certificados de homologación, etc).

Se identifican y obtienen los certificados que deben acompañar a la mercancía (Certificados sanitarios, veterinarios, SOIVRE, Cites, etc.), de acuerdo con procedimientos establecidos.

Se obtienen los certificados que permiten acogerse a exenciones y/o reducciones arancelarias (EURI, Formularios A, ATR, etc.), de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Se valoran con exactitud las responsabilidades y costes por la incorrecta aplicación de los procedimientos y exigencias aduaneras (especialmente normativa sobre contrabando).

Se realiza la liquidación correspondiente del I.V.A. e impuestos especiales para adjuntarlo al D.U.A, aplicando adecuadamente la normativa específica que los regula y realizando correctamente los cálculos correspondientes.

Se obtiene la información precisa acerca de las barreras al Comercio Internacional:

Arancelarias.

No arancelarias:

Restricciones Cuantitativas.

Otras barreras.

Barreras fiscales (I.V.A., Impuestos Especiales).

Medidas de Defensa Comercial.

a través de los procedimientos establecidos.

Se evalúa correctamente la posible incidencia de las barreras fiscales en la operación de compraventa internacional.

Se codifica correctamente la mercancía en su partida arancelaria para que en aduana se identifique adecuadamente y se calcula el importe de los derechos arancelarios.

Se tramita la documentación elaborada siguiendo el procedimiento establecido oficialmente.

2.4. Controlar que la gestión administrativa de las operaciones de compra-venta internacional se realiza de acuerdo con la normativa vigente.

Se identifica la normativa de Comercio Internacional y sus actualizaciones y modificaciones periódicas y las implicaciones que tiene en la gestión administrativa de las operaciones de importación y exportación, introducción y expedición.

Se verifica que la documentación requerida está correctamente cumplimentada y que se dispone de todos los documentos y certificados que deben acompañar a la operación, según la legislación aplicable.

Se verifica que:

Los plazos de entrega de la mercancía y de la documentación financiera son los estipulados en el contrato.

Se cumplen los INCOTERMS.

La mercancía llega a su destino con la calidad y características negociadas.

La comunicación con clientes, transitarios, compañías de seguro y otros intermediarios para el desarrollo puntual de las expediciones, se realiza de una forma continua, obteniendo información detallada y actualizada de las operaciones.

Se realizan las gestiones oportunas cuando surge cualquier incidencia en el desarrollo de la operación de compraventa internacional de manera que se llegue a una solución satisfactoria para las partes implicadas en la actividad.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipos y soportes)

Normativa sobre seguros del transporte internacional de mercancías. Aranceles de aduanas: TARIC (Arancel Integrado Comunitario) y de terceros países. Ordenanza de aduanas. Normativa sobre certificaciones, normalizaciones y homologaciones. Regulación legislativa para cada tipo de régimen administrativo-comercial en las operaciones internacionales. Información sobre barreras al comercio internacional. Legislación aplicable al despacho de aduanas.

Medios para el tratamiento de la información	Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y de tele-proceso. Programas: entornos de usuario, gestión administrativa de comercio internacional, bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo.
Procesos, métodos y procedimientos	Codificación de mercancías en su partida arancelaria. Procedimientos de notificación a compañías de seguros de siniestros producidos o imputaciones a pólizas flotantes. Tramitación en aduana. Elaboración y gestión de la documentación de la compraventa internacional. Organización de la información.
Principales resultados del trabajo	Documentos requeridos en la importación/exportación/introducción/expedición de mercancías. Contrato compraventa internacional. Fichero maestro de clientes y proveedores. Base de datos documental de Comercio Internacional.
Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio	Aduanas. Transitarios. Agentes comerciales de ámbito internacional. Organismos de inspección comercial del Comercio Internacional. Director de comercio internacional. Departamento de exterior de entidades de crédito. <i>Departamento financiero.</i> Almacén. <i>Departamento de contabilidad.</i> Clientes y proveedores.

Unidad de Competencia 3:

Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento y la distribución internacional de mercancías

REALIZACIONES

3.1. Organizar el espacio físico y el funcionamiento del almacén teniendo en cuenta la eficiencia en el sistema de distribución interna y la normativa de seguridad e higiene.

3.2. Gestionar las existencias en almacén de acuerdo con criterios establecidos asegurando el nivel de servicio al cliente y la optimización del coste de los "stocks".

3.3. Organizar el proceso de distribución internacional de los pedidos de manera que la entrega se efectúe en la forma y plazos establecidos.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican los parámetros que hay que tener en cuenta para la organización de los procesos de almacenaje, estructura de espacios y condiciones del almacén.

Se estructuran las zonas del almacén, determinando el acondicionamiento de las mismas de acuerdo con criterios establecidos, características de los productos y materiales y normativa de seguridad e higiene y valorando el espacio, movilidad de manipulación y distribución interna y tiempo.

Se determina el procedimiento de distribución, manipulación y movimiento de los productos en el almacén de acuerdo con criterios y métodos establecidos por la organización consiguiendo la optimización del espacio y del tiempo de operación.

Se distribuye el personal a su cargo entre las diferentes secciones, asignando tareas y definiendo directrices genéricas de funcionamiento interno, de manera que se optimice el desarrollo de la actividad.

Se establece un sistema de control documentario del almacén para obtener la información del desarrollo y nivel del sistema de distribución.

La maquinaria y herramientas utilizadas en las operaciones de almacenaje se determinan en función de la reducción que suponen en el tiempo de manipulación y distribución y de las características del almacén y de las mercancías y materiales, teniendo en cuenta el presupuesto establecido.

Se establecen medidas de organización del almacén para ubicar correctamente devoluciones de mercancías, durante el período necesario, facilitando el normal funcionamiento del almacén.

Se identifican las innovaciones tecnológicas existentes en el mercado asociadas al manejo de productos y materiales, proponiendo posibles cambios e inversiones que aumenten la productividad.

Se organiza el proceso de tratamiento de la información utilizando los métodos informáticos apropiados para facilitar el acceso a la información y el funcionamiento del almacén.

Se realizan los cálculos necesarios para obtener el valor de los productos en el almacén, aplicando el criterio de valoración establecido (FIFO, PMP, LIFO, y otros) y trasladando los datos al formato diseñado, con procedimientos convencionales o informáticos.

El inventario se realiza en el modelo definido, con procedimientos convencionales o informáticos, efectuando correctamente los cálculos necesarios y en la fecha establecida.

Se obtiene el valor correcto de la rotación de los productos, identificando los parámetros que intervienen en su cálculo.

Se obtiene el valor del "stock" óptimo y mínimo que determina los márgenes de circulación de las mercancías en almacén.

Se establecen previsiones de existencias en almacén para evitar roturas y volúmenes anormales de "stock" y que la relación nivel de "stock" y nivel de servicio sea óptima.

Se controla que el nivel de existencias en cada momento en el almacén está de acuerdo con los niveles determinados utilizando los métodos establecidos.

La información sobre las devoluciones de pedidos se trata informáticamente para mantener actualizados en todo momento los datos sobre productos en almacén y clientes.

Se coordina la interacción entre la gestión de los pedidos y el control de existencias de manera que se mantengan siempre en los niveles establecidos.

Se determina el proceso adecuado de preparación del pedido y la documentación que debe acompañar al producto e instrucciones exactas para el transportista.

Se sintetiza toda la información de los distintos servicios de transporte internacional (características, condiciones ofrecidas, funcionamiento, fletes y tarifas, coste/tarifas de operaciones auxiliares, coste corresponsal, etc.) aplicando técnicas de organización y tratamiento de la información.

Se identifica la normativa aplicable a cada medio de transporte.

Se selecciona el medio de transporte valorando y ponderando, de acuerdo con el pedido, los parámetros que lo definen (coste, destino, volumen, rapidez, otros), a partir del análisis de la información recogida.

Se identifica la normativa que regula los regímenes de almacenamiento en comercio internacional, valorando, si es preciso, la conveniencia de su utilización.

Se establecen rutas de transporte, consolidando envíos, racionalizando la asignación de recursos humanos y materiales disponibles considerando los tiempos de recogida y entrega de mercancías.

Se obtiene el valor de los costos de distribución para su control y aplicación de medidas que los optimicen.

Se detectan y resuelven con rapidez las contingencias producidas durante la operación de distribución.

3.4. Gestionar y controlar el envase y embalaje de las mercancías para asegurar su perfecto estado durante el transporte internacional.

De acuerdo con los departamentos correspondientes, se establecen las características técnicas del envase y embalaje valorando:

Características del producto.

Condiciones técnicas y exteriores del transporte

Manipulación y almacenamiento

Exigencias imperativas de los países de expedición, recepción y tránsito de la mercancía

y se realizan las gestiones oportunas para su aprovisionamiento.

Se determina la señalización y rotulado que debe acompañar al embalaje detallando:

El destinatario

Características

Tratamiento que debe darse en la manipulación, carga, descarga y almacenamiento, con símbolos gráficos o con escritura en el idioma utilizado habitualmente.

Se verifica que las características del embalaje utilizado en cada expedición son las adecuadas al medio de transporte contratado y tipo de mercancía.

Se verifica que la señalización y rotulado del embalaje está ubicado en un lugar de fácil identificación y cumple la normativa.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipos y soportes)

Información sobre la estructura de los canales de distribución existentes en los mercados internacionales: entorno, intermediarios, empresa, producto y conflictos de competencia. Información sobre los distintos medios de transporte internacional. Información sobre sistemas de manipulación de cargas existentes en el mercado. Inventarios de mercancías, listado de huecos de almacén, facturas, listado ABC de mercancías, órdenes de pedidos, albarán de entrada y de salida, normativa de seguridad e higiene. Normativa internacional de envase, embalaje y transporte.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y de tele-proceso. Programas: entornos de usuario, organización y gestión de almacenes, gestión del transporte internacional, hojas de cálculo, bases de datos, procesadores de texto.

Procesos, métodos y procedimientos

Control del almacenamiento de las mercancías en las distintas fases de recepción, manipulación y expedición. Métodos de valoración de existencias y cálculo del "stock" óptimo y mínimo. Análisis de las características de los distintos medios de transporte internacional. Cálculo de costes de distribución y almacenaje. Organización de almacenes. Sistemas de tratamiento de la información. Métodos de asignación de personal y tareas. Establecimiento de rutas de transporte internacional. Preparación de pedidos.

Principales resultados del trabajo

Mercancía almacenada de acuerdo con sus características y con la normativa de seguridad e higiene. Mercancía distribuida en el ámbito internacional en forma y plazos establecidos.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Jefe de almacén. Jefe de Logística. Departamento de Compras. Departamento de distribución. Empresas de transporte internacional. Transitarios. Empresas importadoras y exportadoras. Agencias comerciales de ámbito internacional.

Unidad de Competencia 4:

Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías

REALIZACIONES

4.1. Determinar las posibles vías de financiación internacional adecuadas a las operaciones comerciales de mercancías, servicios o proyectos.

4.2. Obtener información sobre posibles ayudas y consorcios de exportación para facilitar las operaciones de comercialización de productos.

4.3. Determinar los riesgos financieros y la cobertura de los mismos, asegurando la certeza económica de la transacción comercial internacional de la empresa.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican las fuentes primarias básicas de financiación bancaria (Organismos multinacionales, regionales y estatales) y las fuentes secundarias de financiación a la exportación e importación, (empresas trading, sociedades importación y exportación y otras instituciones y entidades relacionadas con el crédito comercial) de las que se puede obtener la información sobre posibilidades de financiación.

Se obtiene la información más fiable y necesaria a través de procedimientos establecidos y aplicando las técnicas de investigación comercial adecuadas que están dentro de presupuestos establecidos.

Se identifica el tipo básico de crédito necesario para el suministrador o comprador extranjero que va a regular la operación.

Se establece el aplazamiento óptimo de pago de la operación: corto, medio o largo plazo que suponga mayor rentabilidad.

Se determinan las vías de financiación bilateral con el país de destino de las mercancías o servicios y las fuentes multilaterales de financiación exterior, (organismos internacionales y organismos regionales especializados) de manera que se optimice la operación de comercio internacional.

Se identifican los organismos públicos, asociaciones y agrupaciones nacionales y extranjeras que interesan a la empresa para la solicitud de ayudas a la exportación.

Se establecen procedimientos para el flujo continuo de la información a través de la conexión con redes de información sectorial y bancos de datos nacionales y extranjeros.

Se obtiene la información apropiada y fiable de los mercados internacionales de interés para el establecimiento de consorcios, a través de procedimientos establecidos.

Las agrupaciones identificadas suponen la mayor rentabilidad de las operaciones.

Se procesan los datos recogidos utilizando programas informáticos que supongan optimización de la organización y acceso a la información.

Se identifican los riesgos básicos tanto para el cobro de la operación como en el pago en divisas (fluctuaciones del tipo de interés entre la divisa del exportador y la del importador, posibles restricciones en el país del comprador, etc.)

Se evalúan las condiciones y coste de las pólizas del seguro de crédito a la exportación, realizando los cálculos necesarios para determinar la cobertura idónea y se propone de acuerdo con procedimientos establecidos.

Se evalúan e identifican otras alternativas de cobertura de riesgos (factoring, y otras), que se pueden adoptar de acuerdo con las características y eventos en la operación y que suponen ventajas en la actividad.

Se elige la divisa más favorable en la que se puede instrumentar la operación evaluando correctamente los costes y riesgos que supone su utilización.

Se determina el riesgo de cambio en las operaciones de venta o compra de divisa a plazo, realizando las estimaciones precisas sobre las fluctuaciones de la moneda.

Se selecciona la modalidad más apropiada de cobertura de los riesgos del cambio de la divisa (seguro del cambio, opciones sobre divisas...) y se propone al responsable correspondiente.

4.4. Gestionar la documentación necesaria para el cobro y pago de las operaciones de comercio internacional, según la legislación aplicable.

Se identifican los documentos necesarios para que a su presentación se realice correctamente el pago de la exportación o importación:

- De transporte (carta de porte, conocimiento de embarque)
- Seguro (póliza o certificado)
- Informativos (factura y certificados)

Los datos de los diversos documentos tienen la coherencia precisa.

Se realizan los trámites administrativos de legalización o certificación requeridos en la documentación (cámaras de comercio, aduanas, etc.), según el país de destino y el tipo de operación.

Se selecciona el procedimiento más adecuado para solucionar *errores* o retrasos en la documentación de exportación o importación y sus consecuencias sobre los pagos.

4.5. Realizar la gestión integrada del riesgo de cambio más favorable a la empresa en el marco de las reglamentaciones legales vigentes.

Se identifica la información y la legislación vigente nacional, comunitaria y exterior aplicable a la operación de financiación internacional.

Se identifican las operaciones asociadas a la gestión de los medios de pago en moneda extranjera para programar su formalización y ejecución en tiempo y forma.

Se gestiona con la entidad bancaria correspondiente la aplicación correcta de instrucciones operativas sobre el medio de pago o cobro en moneda extranjera, de acuerdo con procedimientos establecidos.

Se cumplimenta correctamente la documentación derivada de los cobros y pagos exteriores requerida por las entidades registradas.

Se establece el procedimiento que se debe seguir para la instrumentación de las operaciones derivadas de la adquisición o mantenimiento de saldos en divisas.

4.6. Gestionar los medios de pago en las transacciones a crédito de acuerdo con las condiciones establecidas en el contrato de compraventa internacional.

Se obtiene información sobre el contexto de la operación comercial, valorando aspectos significativos y relevantes en la actuación (la reglamentación aplicable del país del importador, los usos mercantiles internacionales, dificultades de obtener información sobre el comprador, coste y duración del crédito, momento del cobro) evaluando y clasificando correctamente la solvencia y calidad del comprador y el riesgo de impago.

Se determina la documentación acreditativa de la entrega de la mercancía que debe acompañar al efecto comercial, para autorizar cobro o aceptación del mismo.

Se aplica correctamente el procedimiento definido, a través del sistema bancario, para la presentación efectiva de los documentos al comprador o importador.

Se identifican las ventajas de obtener financiación bancaria mediante:

- Crédito documentario
- Orden de pago simple o documentaria
- Remesa simple o documentaria
- Cheque personal o bancario
- Billetes de banco extranjero

teniendo en cuenta la legislación vigente, y proponiendo la más adecuada a las características de la operación.

En su caso, se estima un anticipo adecuado con el banco correspondiente cuando el medio de pago seleccionado sea diferido.

Se confecciona correctamente el documento de cobro o pago seleccionado, de acuerdo con los datos obtenidos de la operación comercial.

4.7. Gestionar los créditos a las exportaciones para facilitar la venta de productos en los mercados exteriores.

Se valoran las diversas modalidades de crédito:

- Créditos al suministrador español
- Créditos al comprador extranjero
- Líneas de crédito comprador

teniendo en cuenta las características de los bienes o servicios que se exportan y se selecciona la más adecuada a la operación.

Se identifican los requisitos necesarios para que la empresa pueda recibir los créditos en la propia moneda en tiempo y forma, analizando:

- El tipo de exportación y país de destino
- Plazos y momentos para la devolución del crédito
- Importe del crédito e intereses
- Cobertura del riesgo comercial y político

en función del tipo de exportación y país de destino.

La documentación contractual requerida por la banca concedente del crédito se tramita siguiendo el procedimiento establecido.

4.8. Gestionar la documentación necesaria en la financiación de proyectos o suministros internacionales para que la empresa pueda participar en licitaciones internacionales.

Se identifican los requisitos exigidos por el convocante en el concurso o licitación (información de la empresa, fianzas, oferta, etc.), para establecer el procedimiento de participación en la licitación.

Del análisis de la documentación financiera del concurso o licitación se deduce la oferta que debe presentarse ajustada a los plazos del crédito e intereses.

Se cumplimenta claramente la documentación específica solicitada con los datos requeridos oficialmente:

- Capacidad y experiencia de la empresa.
- Fianzas.
- Presentación de oferta.
- Formularios y pliegos de condiciones del organismo convocante.

Se gestiona la oferta y documentación exigida en tiempo y forma ante el organismo correspondiente.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipos y soportes)

Información sobre operaciones en el mercado de divisas. Legislación vigente sobre medios de cobro y pago a nivel internacional. Cotizaciones diarias de divisas. Información sobre fuentes primarias básicas de financiación a la exportación e importación. Normativa reguladora de operaciones con divisas. Documentos de cobro y pago.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y de tele-proceso. Programas: entornos de usuario, programas informáticos de gestión financiera internacional.

Procesos, métodos y procedimientos

Obtención de información necesaria para el análisis de vías de financiación internacional. Análisis de las modalidades de financiación internacional. Gestión del cobro y pago internacional. Procedimientos para participar en licitaciones internacionales. Elaboración de documentos soporte del medio de pago internacional.

Principales resultados del trabajo

Medio de cobro y pago internacional gestionados. Información elaborada sobre vías de financiación y riesgos financieros en operaciones de comercio internacional. Cobertura de riesgos y créditos a la exportación gestionados.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Importadores y exportadores. Agentes de aduanas. Transitarios. Entidades financieras. Organismos públicos con competencias en comercio exterior.

1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL

1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos

Las condiciones de nuestro entorno económico observadas desde la óptica empresarial se han visto modificadas por la plena incorporación de España al Mercado Único Europeo.

Al participar como miembro de pleno derecho en la principal zona comercial del mundo, surge la necesidad en las empresas españolas de adaptar su estructura organizativa. Esta adaptación se ve influida igualmente por la configuración heterogénea del sector comercio, tanto en los países miembros de la Unión Europea como en terceros países con los que las relaciones comerciales de las empresas españolas se han modificado, adaptándose al marco comunitario.

Otro elemento de incidencia en los cambios citados es el proceso de concentración e internacionalización de las empresas con el resultado final de multinacionales de gran dimensión, que utilizan las redes comerciales existentes en los distintos países con la consiguiente racionalización de costes y el aumento de competitividad. Todo esto obliga a las empresas españolas a investigar escenarios que les permitan adquirir mayores cuotas de mercado.

La participación de las áreas de ventas y marketing en la organización empresarial de las actuaciones internacionales, parece que va adoptando un mayor peso dentro de la estructura comercial, en cuanto a apertura de nuevos mercados y acciones de compraventa internacional.

1.2.2. Cambios en las actividades profesionales

Las modificaciones en la normativa nacional e internacional que regula las operaciones de comercio internacional provoca cambios en los procedimientos de actuación comercial. Se prevé que la actividad desarrollada por las aduanas quedará reducida al ámbito de las relaciones con terceros países y, en lo que respecta a la Unión Europea, se modificarán sus actuales competencias.

La logística comienza a adquirir relevancia significativa en algunos segmentos empresariales, sobre todo en lo relativo al almacenaje-distribución, dentro del ámbito internacional.

1.2.3. Cambios en la formación

La creciente incidencia de las innovaciones tecnológicas, de los sistemas organizativos y de la expansión empresarial en nuevos mercados, hace que este profesional precise una formación permanente y adaptada a la evolución de los citados aspectos del comercio internacional.

La falta de uniformidad en las características económicas, demográficas, sociales y culturales de los distintos países de la Unión Europea, deberá orientar la formación para capacitar a los profesionales en el tratamiento específico de las actuaciones comerciales adecuadas con cada país destinatario.

1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO

1.3.1. Entorno profesional y de trabajo.

Esta figura ejercerá su actividad en el sector del Comercio en el área de comercialización internacional y en el sector de servicios a las empresas en el área de administración del comercio internacional, los principales subsectores en los que puede desarrollar su actividad son:

Industria, Comercio y Agricultura: departamento de Comercio Internacional, departamento comercial.

Banca: departamento de exterior.

Empresas intermediarias en el comercio internacional: agencias transitorias, agencias comerciales, empresas consignatarias, agencias de aduanas y empresas de asesoramiento comercial.

1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

Esta figura profesional se ubica fundamentalmente en las funciones de comercialización internacional: compras, ventas, almacenajes, distribución, administración.

Las técnicas y conocimientos tecnológicos y científicos abarcan el campo del comercio internacional, se encuentran ligadas directamente a:

Estructura del comercio internacional.

Elementos de Derecho mercantil y legislación relativa a la contratación internacional.

Marketing internacional: investigación comercial y estrategia de marketing.

Técnicas de compra y técnicas de venta: Técnicas de negociación y comunicación.

Procesos de administración relativos al comercio internacional: tránsitos y aranceles aduaneros. Contrato de compra/venta. Procesos de exportación/expedición y de importación/introducción.

Procesos y políticas de almacenamiento: control de almacenes, políticas de "stocks", sistemas de inventario.

Procesos de transporte internacional: servicios y tarifas.

Procesos de financiación internacional: Gestión internacional de créditos. Gestión de la financiación en divisas. Cálculo financiero. Licitaciones internacionales.

Medios de pagos internacionales: formas de pago internacional, instrumentos negociables, control de pagos y cobros con clientes internacionales, garantías bancarias.

Aplicaciones informáticas para el comercio internacional:

Aplicaciones informáticas de propósito general: procesadores de texto, hojas de cálculo, bases de datos, aplicaciones gráficas y de autoedición, paquetes integrados.

Aplicaciones informáticas específicas: gestión y control de almacén, facturación, gestión del transporte, investigación comercial, gestión financiera internacional, gestión administrativa del comercio internacional.

Ocupaciones y puestos de trabajo tipo más relevantes

Con fines de orientación profesional se enumeran a continuación las ocupaciones y puestos de trabajo que podrían ser desempeñados adquiriendo la competencia profesional definida en el perfil del título:

Técnico en comercio exterior. Técnico de operaciones exteriores (banca). Técnico en logística. Técnico en administración del comercio internacional. Técnico en transporte internacional. Técnico de compras. Técnico de ventas. Técnico en marketing internacional. Técnico en almacenaje de productos.

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO

Analizar los efectos que produce la aplicación de una determinada política de marketing internacional para la comercialización de productos en países europeos y terceros países.

Aplicar la normativa que regula el comercio internacional de mercancías en sus aspectos de contratación, inversiones financieras, fiscalidad, transporte, regímenes administrativos y cualquier otra referente a la circulación de mercancías entre países.

Desarrollar procesos de gestión de medios de pago internacionales comúnmente utilizados para la liquidación de transacciones con el exterior, elaborando documentos soporte, identificando documentación básica y complementaria comercial que hay que presentar e intermediarios operantes en la ejecución del pago de acuerdo con la normativa.

Analizar el funcionamiento del comercio internacional, identificando instrumentos financieros, reglas de actuación en la contratación de una compraventa y procedimientos administrativos exigidos dentro del marco legal, socio-económico y político que lo contextualiza.

Expresarse de forma correcta, en el idioma requerido, en relaciones comerciales con clientes y proveedores internacionales, aplicando las técnicas de comunicación adecuadas a cada situación, e interpretar información en lengua extranjera relativa al sector.

Operar con programas informáticos que faciliten la gestión integrada de las operaciones de comercio internacional y optimicen el tratamiento y organización de la información originada en el desarrollo de la actividad comercial.

Analizar las posibilidades que ofrecen los mercados financieros internacionales a la empresa española en la ejecución de transacciones internacionales de mercancías para diversificar sus fuentes de financiación y la cobertura de riesgos de toda índole (de cambio de intereses, de crédito a la exportación, elevación de precios de mercancías, etc.).

Aplicar técnicas de negociación internacional de acuerdo con la normativa y entorno socio-económico de los países intervinientes para concretar determinados aspectos que configuran los acuerdos precontractuales que regulan una operación de compraventa internacional.

Analizar los distintos procesos de logística comercial internacional, en sus aspectos de almacenaje-distribución y control de la manipulación y distribución interna de productos en almacén, y definiendo los movimientos de mercancías entre almacenes de la red de distribución, identificando e interpretando la normativa internacional reguladora de estas operaciones.

Organizar el proceso administrativo que siguen las operaciones internacionales de mercancías, identificando organismos oficiales que tramitan y expiden la documentación exigida por la normativa, elaborando los documentos precisos en los modelos oficiales y realizando los trámites exigidos para la ejecución de la operación.

Interpretar el marco legal, económico y organizativo que regula y condiciona la actividad comercial, identificando los derechos y las obligaciones que se derivan de las relaciones en el entorno de trabajo, así como los mecanismos de inserción laboral.

Seleccionar y valorar críticamente las diversas fuentes de información relacionadas con su profesión, que le permita el desarrollo de su capacidad de autoaprendizaje y posibiliten la evolución y adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA

Módulo Profesional 1:

Marketing internacional

Asociado a la Unidad de Competencia 1: Realizar las operaciones de compraventa de mercancías a nivel internacional

CAPACIDADES TERMINALES

1.1. Analizar las variables que intervienen en el desarrollo de estrategias de marketing internacional.

1.2. Definir procedimientos para obtener información relevante en la elaboración de estudios de mercados internacionales

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Definir el concepto de marketing internacional y las políticas que lo componen.

Explicar las principales variables socio-económicas, culturales y políticas que influyen en las estrategias de marketing internacional.

Dadas una serie de macromagnitudes interrelacionadas, explicar los efectos que producen sus variaciones en el desarrollo de políticas de marketing internacional.

Dada una normativa internacional que regula la comercialización de un producto en un determinado país, analizar su contenido, y deducir los efectos que se derivan en la planificación de las distintas políticas de marketing.

Analizar la relación causal existente entre las principales variables que caracterizan una determinada etapa del ciclo de vida de cualquier producto y su efecto en la estrategia de marketing internacional.

Dada una serie histórica de demanda internacional de un producto:

Aplicar el método de ajuste estadístico más adecuado.

Calcular la tendencia de la demanda del producto.

Obtener la demanda prevista del producto para un período determinado.

Describir los rasgos característicos de las técnicas de investigación de mercados más utilizadas en la prospección de mercados internacionales.

Explicar el concepto de fuente primaria, secundaria, directa e indirecta y definir procedimientos para obtener información de las mismas.

A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se precisa una determinada información para la prospección en un mercado internacional.

Identificar las fuentes de información secundarias y los procedimientos de acceso a las mismas.

Seleccionar las fuente de información secundaria que puede proporcionar el valor más fiable de las variables definidas.

Confeccionar un formato para la recogida de datos que se adapte a las necesidades de información.

A partir de unos datos convenientemente caracterizados relativos a magnitudes económicas y comerciales de tres países:

Aplicar los estadísticos que suministren información sobre la situación en cada mercado.

Interpretar y analizar estadísticamente los resultados obtenidos, deduciendo conclusiones.

Aplicar los programas informáticos adecuados.

Dado un segmento de mercado claramente caracterizado y un objetivo comercial:

Definir la muestra representativa del segmento de mercado definido.

Diseñar una encuesta con la que se recojan datos fundamentales para el estudio.

Utilizar aplicaciones informáticas adecuadas.

1.3. Analizar los principales factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados de exportación

Enumerar y describir los canales más usuales de distribución y ventas para la diversificación exportadora de una empresa.

Explicar los factores relevantes que se estudian y valoran para la selección de canales de distribución internacionales.

Determinar los aspectos de un plan de marketing internacional que influyan en la selección de un canal de distribución de mercados exteriores.

Identificar los factores que determinan el coste en los canales de distribución internacional.

Analizar las variables que se cuantifican en la valoración financiera de canales de distribución internacionales alternativos.

Explicar los riesgos comerciales más característicos que implica la penetración en un país extranjero.

Identificar las principales fuentes de información de distribuidores extranjeros.

Dado un contrato con un distribuidor extranjero en el que se describen las condiciones de ejecución del mismo:

Interpretar el clausulado, analizar las condiciones de distribución del producto y deducir su conformidad con la normativa, usos y costumbres comerciales aplicables.

Describir los efectos del clausulado en la relación comercial establecida.

En un supuesto práctico que caracteriza un tipo de empresa, un objetivo de mercado de distribución y venta de un producto en un país definido:

Definir el procedimiento más adecuado para la distribución del producto en el mercado exterior determinado que cumpla mejor con el objetivo de mercado definido.

Analizar las repercusiones desde el punto de vista fiscal.

Analizar los costes asociados al canal de distribución propuesto.

Identificar posibles problemas logísticos que pueden surgir en el canal de distribución presentado.

1.4. Analizar distintas acciones promocionales que pueden desarrollarse en la aplicación de planes de marketing internacional.

Describir los distintos tipos de promociones, medios, soportes y formas publicitarias más utilizadas en la práctica habitual de comercio internacional.

Identificar la normativa reguladora de las prácticas promocionales.

Explicar los objetivos generales de las acciones promocionales y las implicaciones que pueden suponer en la actividad comercial.

Describir las principales técnicas psicológicas que se aplican en el diseño de una actividad promocional.

Definir los parámetros que hay que tener en cuenta en la planificación de medios promocionales.

Definir los principales métodos que se aplican habitualmente para la asignación de recursos financieros a un presupuesto promocional.

Definir las variables que es preciso controlar en una campaña promocional para alcanzar un resultado óptimo.

Analizar los métodos más utilizados para medir la eficacia promocional, explicando ventajas e inconvenientes.

Dada una acción promocional debidamente caracterizada y dirigida a un país europeo:

Identificar el marco jurídico e institucional que regula la acción definida.

Interpretar y analizar la aplicación de dicha normativa en la acción descrita.

Dado un producto asociado a un objetivo comercial de promoción en un determinado país extranjero convenientemente caracterizado:

Describir tres tipos de acciones promocionales posibles de realizar en el país para lanzar el producto en ese mercado.

Explicar los efectos psicológicos que producen habitualmente en el consumidor cada una de las acciones promocionales definidas.

1.5. Evaluar la posibilidad de implantación de redes comerciales internacionales a partir de unos objetivos definidos.

Explicar las fases que componen un estudio de implantación de redes comerciales y objeto de cada una de ellas.

Describir los métodos económicos más utilizados para medir la viabilidad de un proyecto, distinguiendo ventajas e inconvenientes de la aplicación de cada uno de ellos.

Definir la forma documental y estructura más habitual de presentar un estudio de mercado.

A partir de unos datos sobre la coyuntura socio-económica, competencia, condiciones económicas-laborables del mercado de trabajo y posibilidades de penetración, obtenidos en la prospección de un mercado internacional.

Ordenar y estructurar toda la información suministrada, clasificándola según su carácter.

Analizar los datos desde el punto de vista económico y productivo, aplicando técnicas estadísticas y métodos económicos.

Evaluar la viabilidad de la implantación, aplicando los métodos adecuados.

Presentar el estudio realizado de manera estructurada y homogénea.

1.6. Elaborar presupuestos que valoren la implantación de planes de marketing internacional.

Enumerar y definir las diferentes partidas que componen un presupuesto de marketing internacional.

Explicar la función del presupuesto en una empresa y los distintos tipos de desviaciones que se pueden presentar.

Dado un conjunto de ingresos y gastos de una empresa previstos para la comercialización internacional de un producto:

Clasificar los gastos.

Realizar los cálculos necesarios para la obtención del presupuesto de "marketing-mix" internacional.

Agrupar los gastos por orden de importancia.

Deducir conclusiones, a partir del análisis comparativo entre las distintas partidas que integran el presupuesto, y la comparación del mismo con otros.

CONTENIDOS (Duración 255 horas)

Análisis de mercados exteriores

Marco político.

Variables estructurales.

Variables coyunturales.

Análisis de la estructura política.

Efectos en las estructuras empresariales y políticas comerciales.

Marco jurídico.

Legislación mercantil.

Diferencias con la legislación nacional

Exigencias en la implantación

Legislación sobre monopolios y competencia.

Concepción.

Regulación.

Prácticas comerciales.

Legislación sobre propiedad industrial.

Uso de patentes.

Uso de marcas.

Legislación sobre inversiones extranjeras.

Control de cambios.

Divisas.

Sociedades.

El entorno internacional.

- La incorporación a la U.E., terceros países.
- Movimientos de capital.
- Establecimiento empresarial en el extranjero.

Evaluación de las actuaciones comerciales de la competencia.

- Análisis de la competencia global.
- Estrategias.
- Inversiones.
- Concentración geográfica.
- Análisis externo: amenazas, oportunidades.

Estudio de mercado sobre productos y precios

Política de precios en distintos escenarios.

- Condiciones de fijación de precios.
- Estrategias de precios.
- Cálculo de precios para exportación.

Política de producto en distintos escenarios.

- Diferenciación de productos.
- Imagen y posicionamiento de productos y marcas.

Fases del estudio.

- Selección del país.
- Análisis preliminar.
- Análisis comercial.

La investigación de mercado como herramienta en la estrategia de producto y precio.

- Objeto del estudio.
- Variables que afectan al objeto de estudio.
- Fuentes de información.
- Procedimientos de obtención de información.
- Análisis estadístico de la información.

Promoción en los mercados exteriores.

- Análisis de estrategias internacionales.
- Prácticas promocionales internacionales.
- Normativa reguladora de las prácticas promocionales.
- Valoración del impacto de la estrategia en el país.

Estrategia promocional.

- Estrategia global y diferenciada.
- Factores limitativos a la estrategia.
- Cálculo de costes.
- Diseño de la estrategia.

Organización de la actividad internacional de la empresa

Estructura organizativa.

- Identificación de necesidades.
- Organigrama de funciones.
- Jerarquía.

Puesta en marcha.

- Etapas.
- Selección de productos/mercado.

- Objetivos.
- Modo de penetración.
- Plan de marketing.
- Control de las actuaciones.
- Recursos humanos.
 - Perfil.
 - Técnicas de relaciones humanas.
 - Rendimiento.
 - Formación y perfeccionamiento.
- Inversiones en la U.E. y en terceros países.
 - La inversión en la implantación internacional.
 - Inversión comercial.
 - Inversión productiva.
- Regulación de las inversiones en la U.E.
 - Liberalización.
 - Ámbito de actuación.
 - Fiscalidad.
- Modalidades jurídicas de inversión con terceros países.
 - Formas de actuación.
 - Responsabilidades.
 - Fiscalidad.
- Incentivos y subvenciones a la exportación.
 - Marco de actuación de la política comercial internacional.
 - Convenios Internacionales.
 - I.C.E.X.
 - Información.
 - Asesoramiento.
 - Programas de apoyo.

Medios de penetración en el extranjero

- Factores internos y externos a la empresa que influyen en la penetración en mercados exteriores.
 - Estrategia de "marketing-mix".
 - Necesidades del producto.
 - Imagen de la empresa.
 - Canales de distribución.
- Distintos tipos de implantación de la empresa en mercados exteriores.
 - Comisionista.
 - Sucursal.
 - Filial.
 - "Joint venture".
 - Licencia.
- Aspectos fiscales.
 - Ámbito de aplicación.
 - Limitaciones.
 - Responsabilidades.

Canales de distribución internacional

Logística en la exportación.

Objetivo de los procesos de logística.

Flujo logístico.

Movimientos de mercancías, información, documentación.

Costes en la distribución.

Factores que determinan el coste.

Administración, informática.

Manipulación, carga/descarga.

Transporte.

Almacenamiento.

Financieros.

Cálculo de costes de distribución.

Gestión de los canales de distribución.

Estrategias para optimizar costes.

Estrategias para optimizar el servicio.

Estrategia mixta.

La investigación de mercado como herramienta en la estrategia de distribución.

Objeto del estudio.

Variables que afectan al objeto del estudio.

Fuentes de información.

Procedimientos de obtención de información.

Análisis estadístico de la información.

Módulo Profesional 2:

Negociación internacional

Asociado a la Unidad de Competencia 1: Realizar las operaciones de compraventa de mercancías a nivel internacional

CAPACIDADES TERMINALES

2.1. Aplicar técnicas de comunicación adecuadas en la preparación y desarrollo de relaciones comerciales internacionales.

2.2. Aplicar técnicas adecuadas en la negociación de condiciones de operación de compra o venta internacional.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar las innovaciones tecnológicas que aparecen en los procesos de comunicación.

Definir las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación internacionales.

Describir las fases que componen una entrevista personal con fines comerciales en el ámbito internacional.

A partir de un supuesto de solicitud de información a un cliente o proveedor de un determinado país, elaborar un escrito que observe el tratamiento adecuado al país y que esté redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.

En una supuesta conversación telefónica con un país extranjero:

Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.

Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.

Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.

En una situación simulada de atención a un cliente o proveedor extranjero:

Analizar el comportamiento del cliente o proveedor y caracterizarlo.

Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor.

Identificar los diferentes etapas de un proceso de negociación de condiciones de compraventa internacional.

Identificar y describir las técnicas de negociación internacional más utilizadas en la compraventa.

Interpretar y utilizar la terminología comercial habitual en el ámbito internacional.

En la simulación de una entrevista o contacto con un cliente o proveedor extranjero para iniciar negociaciones:

Identificar la idiosincrasia del país del cliente o proveedor.

Definir un de negociación en el que se establezcan las fases que se deben seguir.

Caracterizar al interlocutor para establecer las pautas de comportamiento durante el proceso de negociación.

Utilizar la técnica de negociación adecuada a la situación definida.

A partir de unos datos convenientemente caracterizados, establecer un plan de negociación de compraventa que contemple los siguientes aspectos:

Estimular las necesidades, los puntos fuertes y débiles respectivos.

Identificar los principales aspectos de la negociación.

Explicar los límites en la negociación de cada parte.

Sintetizar la secuencia del plan.

Definir los principales parámetros que configuran una oferta presentada a un cliente extranjero.

Dadas tres ofertas de proveedores extranjeros en las que se expresan condiciones de compra, garantías y nivel de servicio y se definen las necesidades comerciales de la empresa compradora:

Seleccionar aquella que en términos comparativos ofrece mejores condiciones y se adapta a los objetivos comerciales definidos.

Detectar en la oferta seleccionada posibles puntos que se deban negociar.

2.3. Interpretar la normativa de contratación internacional que regula las operaciones de compraventa.

Identificar las fuentes de información jurídicas que afectan y regulan la contratación internacional.

Interpretar la terminología jurídica utilizada habitualmente en derecho internacional.

Definir el concepto de contrato y los elementos que lo componen.

Explicar el valor jurídico de los usos uniformes en la contratación internacional.

Describir las teorías del derecho internacional que solucionan las contradicciones y conflictos originados en las condiciones generales que regulan un contrato de compraventa internacional.

Dados dos textos legales extranjeros reguladores de la contratación internacional, identificar los aspectos comunes y las posibles contradicciones.

Interpretar las cláusulas de un contrato tipo de compraventa internacional, distinguiendo entre las prescriptivas y las potestativas.

Según el Convenio de Naciones Unidas sobre contratos de compraventa internacional de mercancías:

Identificar el momento en el que se perfecciona el contrato de compraventa internacional y explicar cuándo surte efecto la oferta.

Enumerar las obligaciones contractuales del vendedor y del comprador.

2.4. Elaborar el precontrato asociado al proceso de compraventa internacional, de acuerdo con la normativa de contratación internacional.

Identificar y explicar los INCOTERMS más comúnmente utilizados en comercio internacional.

Explicar el valor de los acuerdos precontractuales y sus efectos sobre el compromiso de las partes.

Identificar los modelos documentales utilizados para recoger acuerdos precontractuales.

Definir los principales aspectos que deben figurar en el clausulado de un precontrato internacional.

Dadas unas condiciones pactadas en una compraventa internacional, datos identificativos de las partes negociadoras y mercancía objeto de negociación:

Citar la normativa de contratación internacional que regula el supuesto y aplicarla en la confección del precontrato.

En función del INCOTERM elegido, describir las obligaciones asumidas por las partes contratantes.

Confeccionar la carta de intenciones, redactando el clausulado que exprese las características definidas de la operación de compraventa internacional.

Utilizar un programa informático de tratamiento de textos para la edición del documento.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

La comunicación y su aplicación en las relaciones internacionales

Los procesos de comunicación.

Elementos y etapas del proceso.

Dificultades de comunicación.

La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales.

Técnicas de recepción y transmisión de mensajes orales.

La atención al público. Actitudes y técnicas que favorecen la comunicación.

La comunicación escrita en comercio internacional.

Normas de comunicación y expresión escrita.

Modelos de comunicación.

Relaciones públicas.

Funciones en el comercio internacional.

Técnicas de comunicación utilizadas.

El proceso de negociación en la compraventa internacional

Prospección.
Entorno de las relaciones comerciales.
La compraventa.
Preparación de la negociación internacional.
Análisis del proceso.
Planificación de la negociación.
Componentes básicos de la negociación.
Fases que configuran la negociación.
Desarrollo de la negociación internacional.
Diálogo.
Persuasión.
Objeto.
Conclusión, acuerdo.
Exposición de posturas.
Comprador.
Vendedor.
Técnicas de la negociación internacional.
Consolidación de la negociación internacional.
Puntos de acuerdo.
Momento del cierre.
Problemas al cierre.
Elaboración del precontrato de compraventa internacional.
Elaboración de ofertas a clientes.
Naturaleza
Estructura
Análisis de ofertas de proveedores.
Naturaleza.
Ventajas comparativas.

Los INCOTERMS de acuerdo con el modo de transporte

Cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.
En fábrica (EXW).
Franco transportista (FCA).
Transporte pagado hasta (CPT).
Transporte y seguro pagados hasta (CIP).
Entrega en frontera (DAF).
Entregada derechos no pagados (DDU).
Entregada derechos pagados (DDP).
Transporte aéreo.
Franco transportista (FCA).
Transporte por ferrocarril.
Franco transportista (FCA).
Transporte por mar y vías de agua terrestres.
Franco al costado del buque (FAS).
Franco a bordo (FOB).
Coste y flete (CFR).
Coste seguro y flete (CIF).

	Entregada sobre buque (DES). Entregada en muelle (DEQ).
Normativa reguladora de la contratación internacional aplicables a la formación de acuerdos precontractuales	Principios básicos de Derecho comparado en la compraventa internacional. Convenios internacionales. Convenio de Viena. Convenio de las Naciones Unidas. Reglas de la Cámara de Comercio Internacional. Usos uniformes.
Elementos de derecho mercantil	Ámbito de aplicación. El contrato de compraventa. Naturaleza. Modalidades. Regulación mercantil.
Estructura económica internacional	El comercio internacional español. La U.E. y los terceros países. Mercados comerciales. Relaciones comerciales con España. Organismos internacionales y regionales. Empresas multinacionales. Mercados. Estructura. Estrategias comerciales.
Aplicaciones informáticas de gestión de la compraventa internacional	

Módulo Profesional 3:

Gestión administrativa del comercio internacional

Asociado a la Unidad de Competencia 2: Realizar la gestión administrativa en las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías

CAPACIDADES TERMINALES

3.1. Analizar los procedimientos administrativos relativos al tránsito internacional de mercancías.

3.2. Elaborar la documentación necesaria para la gestión de las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar las diferencias esenciales entre la tramitación de una importación/exportación y una introducción/expedición.

Identificar y explicar las principales barreras existentes al comercio internacional.

Identificar e interpretar la normativa internacional que regula la documentación para la gestión de operaciones de comercio internacional.

Identificar los organismos que intervienen en la gestión de la compra-venta internacional y describir la documentación o certificaciones que expiden.

Describir la documentación básica para llevar a cabo una operación de exportación en el régimen general y el organismo que facilita esos documentos.

Explicar los aspectos más relevantes relativos al procedimiento y tramitación de las exportaciones en los regímenes específicos.

Explicar la función del D.U.A. (Documento Único Aduanero) y la cumplimentación del mismo.

Explicar la regulación de las importaciones en el régimen general y sus consecuencias en la tramitación de la documentación correspondiente.

Describir la documentación correspondiente a los regímenes específicos de importación y los procedimientos para su tramitación.

A partir de un supuesto contrato de compraventa internacional de mercancías:

Identificar la normativa en materia de gestión y documentación administrativa aplicable al supuesto.

Definir las gestiones y documentación necesarias y los organismos implicados.

Identificar e interpretar las cláusulas que normalmente se utilizan en los contratos de compraventa internacional.

Interpretar la normativa internacional aplicable para la cumplimentación de los documentos necesarios en las operaciones de compraventa internacional.

Explicar la estructura del Arancel de aduanas y los procedimientos para su gestión.

Reconocer los modelos documentales asociados a certificados de origen, licencias de exportación y toda la documentación relacionada con un pedido y explicar su función.

A partir de una determinada operación de compraventa internacional convenientemente caracterizada:

Identificar la documentación necesaria para la gestión.

Codificar las mercancías objeto de la operación en su partida arancelaria.

Calcular los impuestos y/o gravámenes a los que está sometida la operación.

Cumplimentar los documentos requeridos para la gestión de la operación, realizando los cálculos oportunos, de acuerdo con la normativa que los regula.

Elaborar el contrato de la compraventa.

3.3. Analizar las variables que determinan el seguro de una mercancía en operaciones de comercio internacional y las actuaciones derivadas de su aplicación.

Describir los elementos reales y formales que deben caracterizar un contrato de seguro en el tránsito internacional de mercancías.

Identificar y definir los tipos de pólizas de seguro más importantes utilizadas en el comercio internacional.

Identificar y explicar la cobertura de las cláusulas que se incluyen normalmente en las pólizas de seguro de cada modalidad de tranposte y citar algunas cláusulas complementarias que se puedan incluir.

Explicar las variables relevantes para la selección de seguros en el tránsito internacional de mercancías y su relación.

Describir los procedimientos de contratación de seguros en operaciones de comercio internacional y de declaración-liquidación de siniestros asegurados.

A partir de la definición de una operación de compraventa internacional de mercancías:

Identificar posibles riesgos en el transporte y en los demás aspectos de la operación.

Deducir el posible clausulado de la póliza de seguros.

A partir de dos pólizas de seguro con distintos tipos de cobertura en determinados aspectos reflejados en su clausulado y con distinto importe de la prima, relativas a una operación de comercio internacional convenientemente caracterizada:

Interpretar el clausulado y extraer conclusiones respecto a la cobertura de cada póliza.

Deducir la más idónea para la operación valorando todos los parámetros que definen a cada una.

Dado un supuesto convenientemente caracterizado de tránsito internacional de una mercancía peligrosa:

Analizar la legislación vigente aplicable al caso.

Determinar la protección jurídica necesaria.

A partir de un supuesto de incidencias aparecidas en una operación de tránsito internacional no cubiertas por una póliza de seguros:

Identificar e interpretar la normativa aplicable.

Identificar la documentación necesaria para gestionar la solución de dicha incidencia.

Deducir la solución más idónea y describir el procedimiento que se debe seguir.

3.4. Definir y utilizar sistemas para el tratamiento de la información-documentación relativas a las operaciones de comercio internacional.

Describir las principales fuentes y canales de información utilizados en las empresas para la obtención de una base documental que apoye y suministre datos a las distintas operaciones de comercio internacional.

Definir las técnicas de archivo más utilizadas en la organización de la información y documentación que se genera en la actividad comercial internacional.

A partir de unos datos relativos a distintas operaciones de comercio internacional:

Confeccionar el fichero maestro de clientes y proveedores, seleccionando y estructurando la información relevante de cada operación y utilizando la aplicación informática correspondiente.

Aplicar el paquete integrado de gestión administrativa, para obtener la documentación necesaria.

CONTENIDOS (Duración 200 horas)

El origen de las mercancías: Normativa y documentación

Régimen General.
Criterios para la determinación del origen de las mercancías.
Documentación y tramitación de la justificación del origen en la importación y en la exportación: certificado y declaración de origen.
Intercambios intracomunitarios.
Reglamentación y documentación.
Relaciones preferenciales.
Acuerdos UE-AELC (Asociación Europea de Libre Cambio).
Régimen UE-Canarias, Ceuta y Melilla.
Acuerdos ACP.
Acuerdos con Países y Territorios de Ultramar.
Sistema de Referencias Generalizadas.
Acuerdos UE-Países del Mediterráneo.

El tránsito aduanero

Sistemas de tránsito: bases comunes, regulación e implicaciones.
El Convenio TIR.
El tránsito comunitario.
Documento Único Aduanero (D.U.A.).
Utilización en distintos tipos de operaciones.
Cumplimentación.

El Arancel de aduanas

La Nomenclatura Combinada.
El TARIC.
El valor de las mercancías en aduana.
Excepciones a la aplicación del Arancel de aduanas.

Elaboración de contratos de compraventa internacional

Reglas que rigen la forma del contrato de compraventa.
Clausulado.

Régimen administrativo y comercial de las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición

Procedimientos y gestiones en las transacciones con terceros países.
Régimen de libertad comercial.
Absoluta.
Con vigilancia estadística previa.
Certificados de importación.
Régimen de autorización administrativa.
Exportaciones sujetas a autorización por operación.
Exportaciones sujetas a autorización global.
Contingentes cuantitativos o cupos.
Contingentes arancelarios y límites máximos arancelarios en la importación.
Documentación básica para una importación y exportación.
Regímenes específicos.
Productos CECA.
Productos textiles.
Material de defensa, productos y tecnologías de dobles uso.

Especies amenazadas de flora y fauna silvestres.
Sustancias catalogadas susceptibles de desviación.
Productos químicos peligrosos.
Régimen de Islas Canarias, Ceuta y Melilla.
Procedimientos y gestiones de los intercambios intracomunitarios.

**El seguro en el tránsito
internacional de mercancías**

Normativa legal.
Riesgos asegurables.
Partes contratantes.
Tipos de pólizas de seguro.
Efectos del contrato de seguro.

Los tributos de aduanas

Tipos de tributos.
Derechos de importación.
Derechos de exportación.
Derechos "antidumping".
Exacciones reguladoras agrícolas.
Gravámenes compensatorios.
Montantes compensatorios monetarios.
Montantes compensatorios de adhesión.
Derechos menores.
I.V.A.
Impuestos especiales.
Cálculo de la cuota tributaria.

Módulo Profesional 4:

Almacenaje de productos

Asociado a la Unidad de Competencia 3: Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento y la distribución internacional de mercancías

CAPACIDADES TERMINALES

4.1. Analizar procesos de almacenaje, estimando la organización y distribución interna y el sistema de manipulación para diferentes mercancías y suministros, aplicando la normativa de seguridad e higiene.

4.2. Analizar los procedimientos de gestión de existencias aplicables en la organización de un almacén.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar e interpretar la normativa de seguridad e higiene que se debe aplicar en un determinado tipo de almacén.

Identificar las diferentes zonas de un almacén tipo y describir las características generales de cada una.

Describir las fases esenciales que componen los procesos de almacenamiento de mercancías y suministros.

Describir los criterios económicos y estructurales que se aplican habitualmente en la organización de un almacén.

Analizar las variables que afectan a la organización de un almacén, deduciendo los efectos de cada una de ellas en la planificación de la distribución espacial.

Caracterizar los medios de manipulación más utilizados en el almacenamiento de productos.

Asociar determinados medios y procedimientos de manipulación de mercancías a distintos tipos de productos, de acuerdo con las características físicas de los mismos e instalaciones de un determinado almacén.

A partir de la caracterización de un almacén y de unos determinados productos para almacenar:

Identificar la normativa de seguridad e higiene aplicable.

Determinar la distribución interna (mediante los croquis necesarios) de zonas de productos.

Representar el flujo y la movilidad de productos en el almacén que optimicen el espacio y tiempo.

Describir las características de los puestos de trabajo necesarios en el almacén.

Identificar los medios de manipulación necesarios.

Describir las diferencias en los procedimientos de gestión y control derivados de las características de los distintos tipos de existencias.

Describir las variables que determinan el coste de almacenamiento (costes administrativos, de utilización de espacios, operativos, de obsolescencia y deterioro, financieros,...).

Precisar los criterios de precio de adquisición y coste de producción.

Explicar las diferencias en la estimación del coste de los productos vendidos y de las existencias finales que se producen como consecuencia de la aplicación de los distintos métodos de valoración (PMP, FIFO, LIFO,...).

En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre el valor inicial de diferentes tipos de existencias, costes de almacenamiento y operaciones de producción y compraventa:

Clasificar las existencias aplicando el método ABC.

Calcular el periodo medio de almacenamiento y de fabricación.

Aplicar los criterios de precio de adquisición y coste de producción adecuadamente en cada caso.

Valorar las existencias aplicando los métodos PMP, FIFO y LIFO.

Comparar los resultados obtenidos de la aplicación de los diferentes métodos de valoración.

A partir de un supuesto práctico, calcular y representar gráficamente:

El lote económico y el punto de pedido de un producto.

El "stock" de seguridad.

El nivel óptimo de pedido.

"Stock" medio, máximo y mínimo.

A partir de unos datos relacionados con las existencias en almacén (número, cantidad, precio,...) determinar los totales de un inventario y presentar los resultados de acuerdo con un criterio de confección de inventarios.

A partir de la caracterización de las variables que intervienen en el período de maduración de una empresa y supuesto un retraso en el plazo de recepción de un suministro de mercancías:

Analizar sus efectos en la precisión de existencias y suministro a clientes, deduciendo implicaciones en los costes y argumentando medidas que se deben aplicar para subsanar dicha incidencia

A partir de unas fichas de control de inventarios o de informes de cantidades de existencias que han disminuido:

Determinar el pedido en función de:

Cantidades máximas y mínimas de "stock" establecidas.

Velocidad de circulación de los "stocks".

Consumo anterior para un período dado.

4.3. Analizar la protección física de mercancías en determinadas operaciones de transporte.

Identificar y describir las características de los distintos tipos utilizados habitualmente en cada medio de transporte.

Identificar e interpretar la normativa vigente de señalización y rotulado y definir los datos relevantes que deben figurar en una etiqueta para que la mercancía sea fácilmente identificable y se tengan en cuenta sus características durante la manipulación.

Identificar las principales normas y recomendaciones que regulan las características, composición, dimensiones y sistemas de envases y embalajes.

En un proceso de homologación o normalización de una mercancía y certificación del embalaje, convenientemente caracterizado, esquematizar el procedimiento que se deben seguir interpretando la normativa aplicable.

Describir las distintas formas y medios de agrupación de embalajes que se utilizan actualmente y que facilitan la manipulación en las terminales de transporte.

Analizar la incidencia que tiene el transporte, manipulación y almacenamiento en la selección del embalaje, deduciendo las condiciones y prácticas habituales en la protección física de las mercancías.

A partir de una simbología internacional de etiquetado y unos productos determinados, asociar la etiqueta adecuada a cada uno de ellos.

A partir de una operación de transporte en la que se definen características de la mercancía, medio de transporte y operaciones de manipulación y almacenamiento:

Identificar y explicar los parámetros fundamentales que hay que tener en cuenta para determinar el envase y embalaje.

Identificar e interpretar las normas y recomendaciones aplicables.

Seleccionar el embalaje y la señalización adecuada.

4.4. Analizar incidencias dentro del proceso de almacenaje de productos y aplicar procedimientos para resolverlas.

Describir incidencias más comunes que pueden presentarse en almacén.

Describir el procedimiento general que se debe seguir en la devolución de mercancías y explicar las repercusiones que se derivan.

A partir de la caracterización de las variables que intervienen en el período de maduración de una empresa y supuesto un retraso en el plazo de recepción de un suministro de mercancías:

Analizar sus efectos en la previsión de existencias y suministro a clientes, deduciendo implicaciones en los costes y argumentando medidas que se deban aplicar para subsanar dicha incidencia.

4.5. Interpretar la normativa que regula los distintos tipos de regímenes de almacenamiento en comercio internacional.

Definir los principales aspectos que caracterizan un depósito aduanero, una zona y depósito franco, y un local autorizado.

Identificar la normativa que regula los regímenes de almacenamiento de mercancías.

Diferenciar depósitos aduaneros públicos, privados y ficticios.

Explicar los registros que deben cumplir los principales tipos de depósitos aduaneros respecto de la autorización para el establecimiento de los mismos.

Describir el funcionamiento de un depósito aduanero.

Definir las formalidades y trámites para la introducción de la mercancía en los distintos regímenes de almacenamiento.

4.6. Utilizar adecuadamente los distintos paquetes informáticos destinados a la gestión de almacenes.

Integrar la información de un almacén tipo de diferentes bases de datos.

Acceder a la información almacenada en el programa informático.

Describir las funciones que integran las distintas aplicaciones que se pueden utilizar en un sistema de gestión de almacenes.

Dados unos datos relacionados con la gestión de un almacén:

Introducirllos correctamente en una determinada aplicación informática, obteniendo una información.

Interpretar la información obtenida.

A partir de la información existente en los distintos programas informáticos, integrar datos, texto y gráficos de modo que se presente la información tratada de manera adecuada.

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Organización de almacenes

Etapas de planificación.

Necesidades de almacenaje.

Necesidades de capacidad.

Diseño físico del almacén.

Flujo de materiales y medios de manipulación.

Instalaciones.

División del almacén.

Por zonas.

Por mercancías.

Distribución y manipulación de mercancías en el almacén.

Normas para la colocación de mercancías.

Criterios de distribución.

Localización de mercancías en almacén.

Conservación/mantenimiento de mercancías.

Medios de manipulación de mercancías.

Costes de almacenamiento.

Variables que intervienen en el cálculo de costes de almacenamiento.

Tipología de los costes.

Cálculo de costes.

Tratamiento de devoluciones.

Costes afectos a las devoluciones.

Sistemas de información.

Evaluación de las causas.

Sistemas de almacenaje

Tipología.
 Sistema compacto.
 Sistema dinámico.
 Sistema convencional.
 Bloques apilados.
 Análisis de los sistemas en función del producto, servicio, coste.
 Cálculo del coste de aplicación del sistema.
 Naturaleza.
 Elementos del coste.
 Diseño del sistema.
 Espacio.
 Mercancías.
 Normativa de seguridad e higiene en almacenes.

Políticas de “stock”

La gestión de “stock”.
 Niveles de “stock”.
 Clases de “stock” según su finalidad.
 Niveles de reposición.
 El lote económico.
 Punto de pedido óptimo.
 Inventarios.
 Asignación de “stock” entre almacenes de una red logística.
 Clasificación ABC de productos.
 Coste de rotura de “stock”.
 Campana de Gauss.
 Factores que afectan al punto de reposición.
 Identificación de necesidades.
 Elementos que intervienen en el cálculo del punto de reposición.
 Optimización de costes.
 Pedidos y expediciones.
 Entrada de pedidos.
 Control económico.
 Reserva del producto.
 Gestión de la preparación del pedido.
 Expedición.
 Control de incidencias.

Regímenes de almacenamiento en comercio internacional

Depósitos aduaneros.
 Naturaleza.
 Tipología.
 Públicos.
 Privados.
 Ficticios.
 Normativa reguladora.

	Zonas y depósitos francos. Naturaleza. Normativa reguladora.
	Locales autorizados. Naturaleza. Normativa reguladora.
Gestión del embalaje	Función del embalaje. Protección. Conservación. Manejabilidad. Tipología. Bala. Atados. Cajas. Contenedores. Factores que determinan la selección del embalaje. Medio de transporte. Mercancía. Destino del producto. Coste. Normas técnicas. Señalización y rotulado. Funciones. Normativa. Materiales del embalaje. Tipología. Selección del material.
Normativa de seguridad e higiene en almacenes	Instalaciones. Distribución de zonas. Ubicación de mercancías. Mantenimiento, conservación.
Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes	

Módulo Profesional 5:

Transporte internacional de mercancías

Asociado a la Unidad de Competencia 3: Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento y la distribución internacional de mercancías

CAPACIDADES TERMINALES

5.1. Analizar el proceso de selección de los medios de transporte en operaciones de comercio internacional.

5.2. Calcular el coste de operaciones de tránsito internacional en los distintos medios de transporte.

5.3. Procesar las distintas operaciones que se derivan de la logística de distribución, utilizando las aplicaciones informáticas específicas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar los distintos medios de transporte internacional y explicar los principales aspectos técnicos y comerciales que los caracterizan.

Analizar los principales factores que se valoran en la selección de medios de transporte en operaciones de comercio internacional.

Identificar e interpretar la normativa para cada medio de transporte que regulan las condiciones de envío de las mercancías en los transportes internacionales.

Explicar las diferencias entre transporte de línea regular y en régimen de alquiler, fletamento o "charter".

Identificar e interpretar el marco reglamentario para las mercancías peligrosas en cada medio de transporte y enumerar la clasificación que se establece de las mismas.

Enumerar los principales organismos e instituciones relacionados con el transporte internacional de mercancías.

A partir de una operación de comercio internacional convenientemente caracterizada:

Estimar las variables que afectan a la elección del medio o medios de transporte y las repercusiones que tienen unas sobre otras.

Seleccionar el transporte idóneo para la operación.

Identificar los parámetros que intervienen en el coste de una operación de transporte tipo en cada medio.

Distinguir costes directos e indirectos y sistemas de imputación.

Explicar los conceptos de carga completa y fraccionada.

Identificar y describir el sistema de tarifas de referencia en el transporte por carretera y el reglamento que las regula.

Explicar el sistema de tarificación del transporte por ferrocarril y los gastos accesorios que no se incluyen normalmente en las tarifas.

Definir en función de qué términos se determinan el precio del transporte marítimo y describir las modalidades de flete.

Identificar y describir los tipos básicos de tarifas en el transporte aéreo.

A partir de una operación de transporte internacional convenientemente caracterizada:

Calcular el coste de la operación aplicando las tarifas correspondientes y teniendo en cuenta los gastos accesorios.

Analizar las condiciones de entrega para imputar los costes a la parte contratante correspondiente.

Explicar los últimos avances tecnológicos en el sector telemático aplicables al sector de la distribución y logística.

Analizar las funciones que integran las distintas aplicaciones que se pueden utilizar en un sistema de información de logística de distribución.

A partir de la información existente en los distintos programas informáticos, integrar datos, textos y gráficos que se ajusten a los formatos requeridos.

A partir de unos datos convenientemente caracterizados y relacionados con la logística de distribución:

Introducirlos correctamente en una determinada aplicación informática, obteniendo una información.

Interpretar la información obtenida.

CONTENIDOS (Duración 155 horas)

Transporte terrestre.

Clasificación y características técnicas más importantes de los vehículos utilizados en el transporte por carretera.
Aspectos técnicos del transporte por ferrocarril.
Aspectos comerciales del transporte terrestre.
 Clases de transporte por carretera.
 Contratación del transporte por carretera.
Infraestructura.
Marco legal.
 LOTT (Ley de Ordenación del Transporte Terrestre).
 Convenios y Reglamentos que regulan el transporte por carretera y ferrocarril.
 Alcance.
 Aplicación.
 Exigencias legales.

Transporte marítimo.

Clasificación y aspectos técnicos de los buques.
El Contenedor.
Transporte marítimo en línea regular.
 Conferencias de fletes.
 “Outsiders”.
Transporte en régimen de fletamento.
 Procedimiento de contratación.
 Pólizas de fletamento.
 Términos de entrega.
Marco legal.
 Convenio de Bruselas.
 Reglas de la Haya-Visby.
 Reglas de Hamburgo.
 Convenio de seguridad en la vida humana en el mar.
 Normativa I.M.O. (International-governmental Maritime Organization) para el transporte de mercancías peligrosas. Código I.M.D.G. (Inter-governmental Maritime Dangerous Goods).

Transporte aéreo.

Tipos de aviones y aspectos técnicos del transporte aéreo.
El contrato del transporte aéreo.
 Formalización.
 Tarifas.
 Responsabilidades.
Marco legal.
 Convenio de Chicago.
 Convenio de Varsovia.
 Protocolo de la Haya.
 Ley de navegación aérea de 1960.

Transporte multimodal.

Aspectos técnicos.
 Concepto de "ruptura de carga".
 Contratación.
 Formalización.
 Tarifación.
 Responsabilidades.
 Equilibrio de tráficos.
 Marco legal.
 Convenio de Ginebra.
 Conocimiento de embarque FIATA de transporte combinado.
 El transporte multimodal y la UE.

Elección del medio de transporte para operaciones de comercio internacional.

Variables que afectan a la decisión.
 Características del medio.
 Mercancía.
 Destino.
 Coste.
 Estructura de la operación.
 Normativa.
 Criterios de selección del medio.
 Carga útil.
 Densidad.
 Riesgo económico.
 Productividad de recursos humanos.
 Costes indirectos.
 Tiempo de servicio.
 Exigencias del canal de distribución.
 Proceso de selección del medio.
 Análisis de la operación.
 Canal de distribución.
 Evaluación de alternativas.
 Selección.

Análisis de costes en transporte internacional.

Naturaleza y estructura de los costes de transporte.
 Costes fijos y variables.
 Concepto.
 Costes fijos: personal, tributos, seguros, costes financieros, amortizaciones, suministros.
 Costes variables: combustible, mantenimiento, reparaciones, dietas, costes diversos.
 Costes directos e indirectos.
 Naturaleza.
 Imputación.
 Tarifación en los distintos tipos de transporte.
 Imputación de costes a las partes contratantes.
 Cálculo de costes.

Aplicación de programas informáticos de gestión del transporte internacional.

Módulo Profesional 6: Financiación internacional

Asociado a la Unidad de Competencia 4: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías

CAPACIDADES TERMINALES

6.1. Analizar distintas modalidades de crédito para financiar operaciones de venta internacional

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Precisar los conceptos de interés nominal e interés efectivo o tasa anual de equivalencia (TAE) y la forma de calcularlos.

Explicar las variables que intervienen en la amortización de un crédito, precisando la forma de calcularlas según los sistemas de amortización más utilizados.

Explicar el concepto de renta en función de sus términos, del número de éstos y del vencimiento de los mismos.

Enumerar y describir las modalidades de crédito que se pueden utilizar en una operación de venta internacional.

Identificar la normativa que regula los créditos a la exportación y explicar los artículos referentes a las condiciones generales de los mismos y a los casos especiales.

Interpretar los principales usos y prácticas mercantiles uniformes en las operaciones de crédito internacional.

Analizar ventajas e inconvenientes de las principales modalidades de crédito o medios de pago internacional.

Dada una operación de compraventa internacional convenientemente caracterizada, con pago aplazado:

Elegir la modalidad o pago del crédito adecuada a la operación, justificando la elección

Calcular el coste que supone el crédito.

Realizar el cuadro de amortización.

En un supuesto práctico en el que se describe un préstamo con una anualidad determinada, progresión que sigue la anualidad, duración de la operación, tipo de interés, calcular:

Valor final y actual de la anualidad.

Tanto equivalente fraccionado.

Valor de la anualidad fraccionada.

Valor de la anualidad prepagable y postpagable.

Analizar los riesgos financieros más habituales asociados a una operación internacional.

Explicar las principales modalidades de cobertura de riesgos en los créditos a la exportación.

Identificar e interpretar la normativa legal que regula los seguros de crédito en el comercio internacional.

Esquematizar y explicar los distintos instrumentos de cobertura de riesgos de cambio de divisas.

Deducir las posibles implicaciones y consecuencias inherentes a un determinado riesgo financiero.

Dada una operación de compraventa internacional caracterizada y una información sobre el mercado de divisas:

Elegir la divisa más adecuada a la operación.

Calcular los costes y riesgos de la divisa elegida.

Explicar la conveniencia, en su caso, de utilizar una determinada cobertura de riesgo de cambio de la divisa.

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

A partir de unos determinados riesgos financieros caracterizados:

Relacionar cada uno con la cobertura apropiada.

Justificar la utilización de cada instrumento de cobertura de riesgo financiero.

Describir el funcionamiento general del mercado de divisas.

Interpretar y utilizar la terminología habitual en el mercado de divisas.

Explicar las características principales del Euromercado y los tres segmentos de mercado en los que se mueve.

Identificar y describir las operaciones financieras más usuales en divisas.

Identificar e interpretar la legislación que regula el funcionamiento del mercado de divisas.

Diferenciar el mercado de divisas de contado y a plazo.

Analizar las variables que influyen en las fluctuaciones de los tipos de cambio de divisas.

A partir de la información publicada en prensa durante un mes sobre el mercado de divisas:

Interpretar los datos que se recogen en esa información.

Analizar las fluctuaciones de una determinada divisa y deducir algunas implicaciones que podría tener en una operación comercial convenientemente caracterizada.

6.4. Definir procedimientos para financiar concursos o licitaciones internacionales.

Identificar e interpretar las diferentes normas de organismos de financiación internacionales aplicables a licitaciones o concursos internacionales.

Describir los requisitos y condiciones que se exigen en un determinado concurso o licitación internacional.

Describir las fases que componen el proceso para participar en licitaciones comerciales.

Confeccionar los documentos requeridos en una determinada licitación de un proyecto o suministro internacional.

6.5. Utilizar adecuadamente paquetes informáticos integrados de gestión financiera.

Integrar la información de carácter financiero de diferentes bases de datos.

Acceder a la información almacenada en el programa informático.

Describir las funciones que integran las distintas aplicaciones que se pueden utilizar en un sistema de información internacional.

Dados unos datos relacionados con aspectos de financiación internacional:

Introducirlos correctamente en una determinada aplicación informática, obteniendo la información requerida.

Interpretar la información obtenida.

A partir de la información existente en los distintos programas informáticos, integrar datos, texto y gráficos que se ajusten a los formatos requeridos.

CONTENIDOS (Duración 255 horas)

Cálculo financiero

Capitalización y actualización compuesta.
Cálculo del montante.
Tantos equivalentes.
Capitalización en tiempos fraccionados.
Actualización o descuento compuesto.
Equivalencia de capitales.
Aplicación a distintas operaciones.
Rentas financieras.
Clasificación de las rentas.
Estudio financiero de las rentas constantes en los casos de inmediatas, perpetuas y diferidas.
Estudio financiero de las rentas constantes fraccionadas.
Estudio financiero de las rentas variables en progresión aritmética y progresión geométrica.
Préstamos.
El préstamo como fuente de financiación.
Sistemas de amortización de préstamos más utilizados y aplicación a distintas operaciones de préstamos.

Gestión internacional de créditos

Crédito a la exportación.
Normativa legal.
Fuentes de financiación de la exportación con apoyo oficial.
Modalidades del crédito a la exportación.
Condiciones de los créditos a la exportación.
Los seguros de crédito a la exportación.
Normativa legal.
Operaciones asegurables.
Práctica internacional. Modalidades de cobertura.
CESCE y otras entidades.
Préstamos gubernamentales y créditos internacionales.
Ligados.
No ligados.
Mixtos.
Bonificaciones o subvenciones de intereses.
Organismos y agencias internacionales de financiación.
El "factoring".
Confirmación de pedido.
Finanzas internacionales.
Las garantías bancarias internacionales.
Aspectos jurídicos.
Modalidades de garantía.
Licitación.
Buena ejecución.
Reembolso.

Gestión de las operaciones financieras en divisas

El mercado de divisas.
Factores influyentes en el tipo de cambio.
Operaciones en el mercado de divisas.
Euromercado.
Eurocréditos.
Eurobonos.
Euronotas.
Europapel comercial.
Gestión del riesgo de cambio en operaciones de comercio internacional.
Contratación de compraventa a plazo de divisas.
Préstamos en divisas.
Pólizas de seguros de cambio.
Anticipación o retraso de los cobros y pagos.
“Factoring” internacional y “forfaiting”.

Licitaciones o concursos internacionales

Normas y reglamentos de licitación del Banco Mundial y otros Organismos.
Fianzas y garantías.
Formularios y condiciones.
Cumplimentación de formularios de ofertas.

Aplicaciones informáticas de cálculo financiero, gestión de créditos y operaciones en divisas

Módulo Profesional 7:

Medios de pago internacionales

Asociado a la Unidad de Competencia 4: Gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías

CAPACIDADES TERMINALES

7.1. Analizar distintos medios de pago para operaciones de compraventa internacional.

7.2. Elaborar la documentación relativa a los medios de pago internacional.

7.3. Analizar las garantías reales y personales asociadas al pago de operaciones de compraventa internacional exigidas en la práctica bancaria.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Clasificar las modalidades principales de crédito documentario.
- Describir la función primordial del crédito documentario en las operaciones de comercio internacional y los procedimientos de emisión.
- Describir la operativa de los medios de pago más utilizados en la práctica del comercio internacional.
- Analizar las ventajas e inconvenientes de los principales medios de pagos internacionales.
- Identificar las reglas y usos uniformes relativos a los créditos documentarios.
- Definir las principales obligaciones legales asociadas a los bancos, seguros y transporte para asegurar el pago de una operación de comercio internacional.
- Explicar los efectos jurídicos y comerciales que produce un determinado Convenio Internacional en la regulación de un medio de pago definido.
- Describir la operativa de los medios de pago más utilizados en la práctica del comercio internacional.
- Dado tres medio de pagos internacionales y unas condiciones pactadas en la compraventa internacional:
 - Determinar los documentos básicos y complementarios que hay que presentar para gestionar dichos medios en función de la normativa aplicable, usos mercantiles internacionales y condiciones pactadas en el contrato.
- Identificar para cada medio de pago internacional el documento base que lo representa y explicar el contenido del mismo.
- A partir de unos datos asociados a una operación de compraventa internacional y un medio de pago seleccionado:
 - Identificar el modelo documental soporte del medio de pago definido.
 - Analizar la información suministrada y deducir los datos que hay que trasladar al documento soporte del medio de pago.
 - Interpretar el significado de cada apartado en el documento soporte y asociarlo a los datos que deben figurar en el mismo.
 - Utilizar programas informáticos integrados de comercio internacional para obtener el documento.
- Identificar la normativa que regula el clausulado de los medios de pago internacionales.
- Definición del concepto de garantía real y personal.
- Enumerar las principales garantías reales utilizadas en la práctica bancaria y explicar los requisitos asociados a las mismas.
- Clasificar las garantías en función de:
 - Su relación con la obligación.
 - Su relación con la presentación de documentos.
 - Su automaticidad.
- Explicar las reglas y usos relativos a las garantías bancarias.
- Dadas unas series de modalidades de pago convenientemente caracterizadas, con las garantías exigidas en cada una, analizar las ventajas e inconvenientes de cada caso.

CONTENIDOS (Duración 110 horas)

Medios de pago internacional.	<p>El crédito documentario. Análisis del funcionamiento. Modalidades de crédito documentario. Revocable. Irrevocable. Confirmado. No confirmado. Transferible. A la vista y a plazo fijo. Anticipativos. Rotativos. “Back to back”. Cartas comerciales de crédito. Cartas de crédito “stand-by”.</p> <p>Ventajas e inconvenientes en diferentes operaciones de comercio internacional.</p> <p>La remesa simple y documentaria. Esquema operativo del funcionamiento. Análisis de la documentación. Ventajas e inconvenientes de la utilización del medio.</p> <p>El cheque personal y el cheque bancario. Esquema operativo del funcionamiento. Análisis de la documentación. Ventajas e inconvenientes de la utilización del medio.</p> <p>La orden de pago. Características del medio y esquema operativo de funcionamiento. Ventajas e inconvenientes de la utilización del medio. La orden de pago documentaria. Análisis de la documentación.</p> <p>Otras formas de pago o cobro internacional. El “factoring” de exportación. Cuentas bancarias en el exterior. Centros internacionales de concentración. Cobro mediante soporte magnético.</p>
Normativa reguladora de los medios de pago.	<p>Ley 19/85, Cambiaria y del Cheque. Ley uniforme de Ginebra sobre el cheque. Ley uniforme de Ginebra sobre la letra de cambio y pagaré a la orden. Reglas uniformes para el cobro del papel comercial de la CCI (Cámara de Comercio Internacional). Reglas y usos uniformes sobre los créditos documentarios de la CCI.</p>

Garantías bancarias.

Análisis de los riesgos.

Modalidades de garantías.

Personales.

Reales.

De impago "stand-by".

Seguros.

Fianzas.

Aplicaciones informáticas de confección y análisis de medios de pago internacionales.

2.3. MÓDULOS PROFESIONALES TRANSVERSALES

Módulo Profesional 8:

Aplicaciones informáticas de propósito general

CAPACIDADES TERMINALES

8.1. Interpretar las funciones básicas de los elementos lógicos y físicos que componen un sistema informático.

8.2. Aplicar, como usuario, las utilidades, funciones y procedimientos de un sistema operativo monousuario.

8.3. Aplicar los comandos o instrucciones necesarios para la realización de operaciones básicas con un sistema conectado en red de área local.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar las funciones básicas de la unidad central de proceso y de los equipos periféricos, relacionándolas con las fases comunes de un proceso de datos.

Distinguir las funciones básicas de la memoria interna, precisando la incidencia de su capacidad de almacenamiento en las prestaciones del sistema informático.

Clasificar los equipos periféricos utilizados habitualmente según su función en el proceso de datos.

Distinguir las características básicas de los distintos soportes de archivo utilizados habitualmente en el segmento de ordenadores personales.

Describir las características generales de algunos modelos tipo en el mercado de ordenadores personales.

Precisar el concepto de "byte" y definir sus múltiplos.

Definir el concepto de programa.

Precisar los conceptos de registro y archivo informático.

Explicar el concepto de aplicación informática y enumerar las aplicaciones tipo utilizadas en la gestión empresarial.

A partir de un caso práctico sobre un sistema informático del que se dispone de un "software" instalado y de su documentación básica, identificar:

El "hardware" del sistema.

El sistema operativo y sus características.

La configuración del sistema.

Las aplicaciones instaladas.

Los soportes de información utilizados por el sistema.

Explicar estructura, funciones y características básicas de un sistema operativo monousuario.

Instalar un sistema operativo monousuario.

Precisar el concepto de comando, distinguiendo entre comandos internos y externos.

Poner en funcionamiento el equipo informático y verificar los distintos pasos que tienen lugar, identificando las funciones de carga del sistema operativo.

A partir de supuestos prácticos: manejar las utilidades, funciones y procedimientos del sistema operativo, justificando la sintaxis o, en su caso, el protocolo de operación.

Crear ficheros que manejen órdenes del sistema operativo.

Describir las funciones básicas del servidor de red.

Explicar la sintaxis relativa a los comandos e instrucciones básicas del sistema operativo de red.

En un caso práctico, realizar, a través del sistema operativo de red, operaciones de copia, actualización y transmisión de la información almacenada previamente en el disco duro del servidor.

8.4. Manejar, como usuario, un procesador de texto, una hoja de cálculo y una base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

Distinguir, identificar y explicar la función de las aplicaciones de: Procesador de textos, hoja de cálculo y base de datos.

Instalar adecuadamente las aplicaciones informáticas en el sistema operativo.

Acceder a las aplicaciones de tratamiento de textos, hojas de cálculo y base de datos, a través de procedimientos definidos.

A partir de supuestos prácticos:

Manejar el procesador de texto, utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para la edición, recuperación, modificación, almacenamiento, integración... de textos.

Manejar hojas de cálculo utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el tratamiento de datos.

Manejar bases de datos utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.

Intercambiar datos o información entre aplicaciones de tratamiento de textos, hoja de cálculo y bases de datos.

Elaborar, copiar, transcribir y cumplimentar información y documentación.

Realizar copias de seguridad de los paquetes de aplicación y de la información manejada aplicando las instrucciones reflejadas en los manuales.

Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

A partir de casos prácticos:

Interpretar los procedimientos de seguridad, protección e integridad establecidos en el sistema.

Aplicar los procedimientos anteriores desde el sistema operativo, desde el hardware y/o desde una aplicación.

Detectar fallos en los procedimientos de seguridad y protección establecidos y utilizados.

Argumentar y proponer soluciones.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

Introducción a la informática

Procesos de datos e informática.

Diferencias entre datos e información.

Funciones y fases de un proceso de datos tipo.

Proceso electrónico de datos.

Elementos del "hardware".

Estructura modular del sistema físico.

Unidad Central de Proceso.

Concepto de "bus" e "interface".

Equipos periféricos.

Unidades y soportes físicos.

Periféricos de entrada.

Periféricos de salida.

Representación interna de datos.

Concepto de "bit".

Sistemas de codificación de caracteres.

Concepto y múltiplos del "byte".

Archivos y registros.

Elementos del "software".

Concepto de programa.

Lenguaje máquina y lenguajes de alto nivel: conceptos básicos.

Programas de usuario: aplicaciones.

Sistemas operativos

Funciones básicas de un sistema operativo.
Sistemas operativos monousuario y multiusuario.
Utilización de sistemas operativos monousuario.
Comandos del sistema operativo.
Creación de ficheros "batch".
Configuración y carga del sistema operativo.
Procedimientos de protección de información.
Entornos de usuario.
Utilización de entornos de usuario.
Estructura y funciones del entorno de usuario.
Procedimientos de trabajo e impresión.

Redes locales

Tipos básicos de redes de área local.
Componentes físicos de redes locales.
Servidores.
Estaciones de trabajo.
Periféricos.
Conexiones.
Sistema operativo de redes locales.
Utilidades básicas del supervisor o administrador.
Utilidades de usuario.

Procesadores de texto

Estructura y funciones de un procesador de textos.
Instalación y carga de procesadores de texto.
Diseño de documentos.
Formato de documento.
Formato de línea.
Formato de página.
Formato de columnas.
Tablas: formato de columnas y celdas.
Edición de textos.
Funciones de edición.
Procedimientos de escritura, inserción y borrado de textos.
Procedimientos de búsqueda y sustitución de textos.
Operaciones con bloques de texto.
Procedimientos para enfatizar textos.
Numeración automática de líneas. Cabeceras y notas a pie de página.
Procedimientos de trabajo con varios textos.
Inserción de gráficos.
Correctores ortográficos y diccionario de sinónimos.
Gestión de archivos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de archivos de texto.
Ejecución de órdenes del sistema operativo desde el procesador de textos.

- Procedimientos de protección de archivos.
- Impresión de textos.
 - Control de impresión.
 - Configuración de la impresora.
 - Procedimientos de impresión de textos.
 - Procedimientos de impresión de archivos.
- Creación de índices y sumarios.
- Interoperaciones con otras aplicaciones.

Hojas de cálculo

- Estructura y funciones de una hoja de cálculo.
- Instalación y carga de hojas de cálculo.
- Diseño de hojas de cálculo.
 - Capacidad de la hoja de trabajo.
 - Formato de la hoja de trabajo: filas, columnas y celdas.
 - Formato de datos.
 - Formatos por omisión.
 - Procedimientos para relacionar filas, columnas y celdas.
 - Procedimientos para establecer rangos.
- Edición de hojas de cálculo.
 - Procedimientos de introducción de datos.
 - Procedimientos de movimiento de datos.
 - Procedimientos de cálculo.
 - Procedimientos de presentación.
 - Procedimientos de utilización de fórmulas.
 - Procedimientos de trabajo con varias hojas de cálculo.
- Gestión de archivos.
 - Procedimientos de búsqueda y recuperación de hojas de cálculo.
 - Procedimientos de grabación de hojas de cálculo.
- Impresión de hojas de cálculo.
 - Control de impresión.
 - Procedimientos de impresión de hojas de trabajo.
 - Procedimientos de impresión de archivos.
 - Procedimientos de impresión de fórmulas.
 - Procedimientos de impresión de gráficos.
- Utilización de macros.
- Representación gráfica de hojas de cálculo.
- Interoperaciones con otras aplicaciones.

Bases de datos

- Estructura y funciones de una base de datos.
- Tipos de bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Instalación y carga de una base de datos.
- Diseño de bases de datos.
- Utilización de bases de datos.
 - Procedimientos de búsqueda y recuperación de archivos y registros.
 - Procedimientos de grabación de información.
 - Procedimientos de modificación y borrado de archivos y registros.

Procedimientos de consulta.
Procedimientos de impresión.
Procedimientos de protección de datos.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Aplicaciones gráficas y de autoedición

Estructura y funciones de programas gráficos y de autoedición.
Instalación y carga de aplicaciones gráficas y de autoedición.
Tipos de gráficos soportados.
Procedimientos de diseño de gráficos.
Procedimientos de presentación de gráficos.
Procedimientos de integración de gráficos en documentos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de gráficos.
Procedimientos de protección de datos.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Paquetes integrados

Objetivos y funciones de programas integrados.
Instalación y carga de paquetes integrados.
Modularidad de paquetes integrados.
Procedimientos de importación-exportación.

Módulo Profesional 9: Lengua extranjera en comercio internacional

CAPACIDADES TERMINALES

9.1. Comunicarse oralmente con un interlocutor en lengua extranjera interpretando y transmitiendo la información necesaria en las relaciones comerciales internacionales

9.2. Interpretar información escrita en lengua extranjera en el ámbito económico, jurídico y financiero relacionado con las relaciones comerciales, analizando los datos fundamentales para llevar a cabo las acciones oportunas.

9.3. Redactar y/o cumplimentar documentos e informes propios del comercio internacional en lengua extranjera con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando una información de tipo general o detallada.

9.4. Analizar las normas de protocolo del país del idioma extranjero, con el fin de dar una adecuada imagen en las relaciones comerciales establecidas con dicho país.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

A partir de una conversación telefónica simulada:

Pedir información sobre un aspecto puntual de una operación de comercio internacional, aplicando las fórmulas establecidas y utilizando la terminología específica.

Dar la información requerida escogiendo las fórmulas y terminología adecuada para expresarla con la mayor precisión y concreción.

A partir de un mensaje grabado relacionado con una actividad habitual del comercio internacional, identificar los datos claves para descifrar dicho mensaje.

Dada una supuesta situación de comunicación cara a cara:

Pedir información sobre un aspecto puntual de una operación de comercio internacional definiendo de entre las fórmulas preestablecidas las más adecuadas.

Dar información sobre un aspecto puntual de una operación de comercio internacional definiendo de entre las fórmulas preestablecidas las más adecuadas.

En una simulada reunión de trabajo:

Interpretar la información recibida.

Transmitir dicha información seleccionando el registro adecuado.

Ante una publicación periódica de uno de los países de la lengua extranjera, seleccionar la sección o secciones relacionadas con el sector, identificando correctamente la terminología.

A partir de un texto legal auténtico del país de la lengua extranjera, identificar las normas jurídicas vigentes que afecten a la comercialización de productos o servicios en un determinado país.

Dado un texto informativo en lengua extranjera sobre una empresa de un mercado exterior que comercializa un producto o servicio:

Buscar datos claves de dicha información.

Sintetizar el texto.

Traducir con exactitud cualquier escrito referente al comercio internacional.

A partir de unos datos supuestos, cumplimentar documentos comerciales y de gestión específicos del comercio internacional.

En un supuesto práctico convenientemente caracterizado de comercio internacional, redactar una carta:

Aplicando los aspectos formales exigidos en la situación descrita.

Utilizando las fórmulas preestablecidas en la relación comercial.

Organizando la información que se desea presentar.

Basándose en datos recibidos en distintos contextos de comercio internacional (conferencia, documentos, seminario, reunión), elaborar un informe claro, conciso y preciso según su finalidad y/o destinatario, Utilizando estructuras y nexos preestablecidos.

En una supuesta conversación telefónica, observar las debidas normas de protocolo para identificar al interlocutor o identificarse, filtrar la llamada, informar o informarse, dando una buena imagen de empresa.

Ante una supuesta estancia de carácter profesional en el país del idioma extranjero, organizar dicha estancia teniendo en cuenta:

Las costumbres horarias.
 Los hábitos profesionales.
 Las normas de protocolo que rigen en dicho país.
 Ante una supuesta visita a una empresa extranjera:

Presentarse
 Informar e informarse

utilizando el lenguaje con corrección y propiedad, y observando las normas de comportamiento que requiera el caso, de acuerdo con el protocolo profesional establecido en el país.

CONTENIDOS (Duración 190 horas)

Uso de la lengua oral

Conversaciones, debates y exposiciones relativas a situaciones del comercio internacional y a situaciones derivadas de las diferentes actividades del sector empresarial.

Terminología específica.

Fórmulas y estructuras hechas, utilizadas en la comunicación oral.

Aspectos formales (actitud profesional adecuada al interlocutor de lengua extranjera).

Aspectos funcionales.

Intervención de forma espontánea y personal en diálogos dentro de un contexto.

Utilización de fórmulas pertinentes de conversación en una situación de relación comercial.

Extracción de información específica propia de la relación comercial para construir una argumentación.

Uso de la lengua escrita

Documentos visuales, orales y escritos relacionados con aspectos del comercio internacional.

Terminología específica.

Elementos morfosintácticos (estructura de la oración, tiempos verbales, nexos y subordinación, formas impersonales, voz pasiva, etc.) de acuerdo con el documento que se pretenda elaborar.

Fórmulas y estructuras hechas, utilizadas en la comunicación escrita.

Aspectos socioprofesionales

Elementos socioprofesionales más significativos del país de la lengua extranjera.

Normas socioprofesionales y protocolarias en las relaciones comerciales internacionales.

Recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional para proyectar una buena imagen de empresa.

2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO

CAPACIDADES TERMINALES

● Realizar estudios específicos comerciales de interés para la empresa relacionados con la actividad de comercio internacional, de acuerdo con los objetivos definidos.

● Realizar gestiones administrativas relativas a operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías, de acuerdo con instrucciones recibidas.

● Realizar tareas de gestión y verificación en procesos de almacenaje y distribución internacionales, desarrollados en la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar las variables que tienen efectos en el estudio comercial.

Identificar las fuentes de información que proporcionen datos fiables sobre las variables que afectan al objeto del estudio.

Obtener la información necesaria de las fuentes de información secundarias realizando los trámites oportunos.

Realizar el trabajo de campo para la recogida de los datos necesarios de acuerdo con las técnicas de recogida de información de las fuentes primarias establecidas por la empresa.

Aplicar técnicas estadísticas en la información recogida para obtener conclusiones, utilizando los programas informáticos disponibles.

Relacionar las conclusiones obtenidas de los distintos parámetros o ámbitos que se han analizado y definir propuestas aplicables en la actividad de comercio internacional de la empresa.

Elaborar un informe que presente de forma clara, estructurada y sintética las conclusiones derivadas del trabajo de campo.

Identificar los organismos oficiales necesarios para tramitar o expedir los documentos requeridos en las operaciones de comercio internacional.

Interpretar la información referente a una operación de comercio internacional e identificar los documentos que es necesario preparar.

Reconocer los modelos de documentos oficiales utilizados en comercio internacional.

Codificar correctamente la mercancía en su partida arancelaria y calcular el importe de los derechos arancelarios.

Verificar que la documentación requerida está correctamente cumplimentada y que se dispone de todos los documentos y certificados que deben acompañar a la operación

Confeccionar determinados documentos requeridos en la transacción internacional y realizar los trámites necesarios para la obtención de certificados.

Contactar con empresas de transporte y solicitar ofertas sobre sus servicios de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Elaborar un informe con la información obtenida de ofertas de empresas de transporte valorando los parámetros fundamentales que definen el servicio (calidad del servicio, precios, tiempos, etc...).

Controlar que los INCOTERMS se cumplen en las operaciones de compraventa internacional.

Analizar los espacios y rutas de distribución interna en el almacén, evaluando su idoneidad, y proponer en su caso, cambios que mejoren la gestión.

Efectuar correctamente cálculos de valoración de existencias, aplicando el criterio establecido y trasladando los resultados al formato diseñado.

Utilizar adecuadamente los programas informáticos de gestión de almacenes para transmitir, obtener y tratar información.

Obtener información necesaria de los distintos servicios de transporte a través de los procedimientos establecidos para la contratación de cargas.

Verificar que la señalización y rotulado del embalaje está ubicado en un lugar de fácil identificación y cumple la normativa.

Verificar que las características del embalaje utilizado en cada expedición son las adecuadas al medio de transporte contratado y tipo de mercancía.

Realizar las gestiones necesarias para obtener la información necesaria sobre las circunstancias que originan las devoluciones de pedidos de acuerdo con los procedimientos establecidos.

● Realizar gestiones en la financiación internacional de operaciones de importación/exportación e introducción/expedición, de acuerdo con las instrucciones recibidas.

Obtener información sobre posibilidades de financiación de las entidades bancarias, empresas "trading" e instituciones y entidades relacionadas con el crédito comercial a través de los procedimientos establecidos y aplicando las técnicas de investigación adecuadas.

Identificar los documentos que hay que presentar para que se realice el pago de una transacción internacional.

Comprobar que los datos que figuran en los documentos y que caracterizan la operación son correctos.

Realizar los trámites administrativos de legalización o certificación requeridos en la documentación, según el país de destino y el tipo de operaciones.

Confeccionar los documentos de los medios de cobro o pago utilizados en la organización o entidad.

Preparar y cumplimentar documentación solicitando financiación a organismos internacionales o nacionales de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Confeccionar formularios y modelos bancarios de créditos documentarios.

Cursar instrucciones sobre garantías de riesgos de cambio y el desarrollo del crédito -plazos de cobro o vencimientos-.

Controlar informáticamente las transacciones con la Banca están correctamente registradas.

● Cumplir cualquier actividad o tarea asignada y relacionada con el trabajo que realiza con responsabilidad profesional, demostrando una actitud de superación y respeto.

En todo momento mostrar una actitud de respeto a los procedimientos y normas de la empresa.

Incorporarse puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos permitidos y no abandonando el centro de trabajo antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados.

Interpretar y cumplir con diligencia las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

Mantener relaciones interpersonales fluidas y correctas con los miembros del centro de trabajo.

Coordinar su actividad con el resto del equipo y departamentos, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.

Estimar las repercusiones de su actividad en los procesos comerciales de la empresa y en la imagen que ésta proyecta.

Cumplir responsablemente con las normas, procesos y procedimientos establecidos ante cualquier actividad o tarea, objetivos, tiempos de realización y niveles jerárquicos existentes en la empresa.

CONTENIDOS (Duración 380 horas)

Desarrollo de estudios de mercado

Identificación de variables que afectan al objeto de estudio.

Identificación de fuentes de información.

Obtención de información.

Realización de trabajos de campo.

Aplicación de técnicas estadísticas.

Análisis de resultados y conclusiones.

Elaboración de informes.

Gestión administrativa de las operaciones de importación/exportación e introducción/expedición de mercancías

Identificación de organismos oficiales.

Identificación de documentos asociados a operaciones de transacciones internacionales de mercancías.

Codificación arancelaria de mercancías.

Cálculo de derechos arancelarios.

Verificación de la correcta cumplimentación y preparación de documentos.

Confección de documentos.
Obtención de certificados.
Elaboración de informes.
Control de los INCOTERMS.

Procesos de almacenaje-distribución en comercio internacional

Análisis de espacios y rutas de distribución interna.
Cálculo de valoración de existencias.
Aplicación de programas informáticos de gestión de almacenes.
Obtención de información sobre ofertas de empresas de transporte sobre contratación de cargas.
Verificación de señalización y rotulado en el embalaje.
Gestión de devoluciones de pedidos.

Gestión de la financiación internacional

Obtención de información sobre posibilidades de financiación.
Aplicación de técnicas de investigación.
Identificación de documentos o medios de pago.
Verificación de la cumplimentación de los documentos de pago.
Gestión de la legalización o certificación de los documentos.
Confección de documentos de pago.
Solicitud de financiación internacional.
Análisis de garantías de riesgos de cambio.
Control informático de transacciones financieras.
Aplicación de programas informáticos.

2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

CAPACIDADES TERMINALES

● Determinar actuaciones preventivas y/o de protección minimizando los factores de riesgo y las consecuencias para la salud y el medio ambiente que producen.

● Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas.

● Diferenciar las modalidades de contratación y aplicar procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia.

● Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo.

● Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar las situaciones de riesgo más habituales en su ámbito de trabajo, asociando las técnicas generales de actuación en función de las mismas.

Clasificar los daños a la salud y al medio ambiente en función de las consecuencias y de los factores de riesgo más habituales que los generan.

Proponer actuaciones preventivas y/o de protección correspondientes a los riesgos más habituales, que permitan disminuir sus consecuencias.

Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.

Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes en el supuesto anterior.

Realizar la ejecución de técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado...), aplicando los protocolos establecidos.

Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.

En una situación dada, elegir y utilizar adecuadamente las principales técnicas de búsqueda de empleo en su campo profesional.

Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios y localizar los recursos precisos, para constituirse en trabajador por cuenta propia.

Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.

Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.

Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.

Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los trabajadores, Directivas de la Unión Europea, Convenio Colectivo...) distinguiendo los derechos y las obligaciones que le incumben.

Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una "Liquidación de haberes".

En un supuesto de negociación colectiva tipo:

Describir el proceso de negociación.

Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad tecnológicas...) objeto de negociación.

Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.

Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.

● Interpretar los datos de la estructura socioeconómica española, identificando las diferentes variables implicadas y las consecuencias de sus posibles variaciones.

● Analizar la organización y la situación económica de una empresa del sector, interpretando los parámetros económicos que la determinan.

A partir de informaciones económicas de carácter general:

Identificar las principales magnitudes macro-económicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.

Explicar las áreas funcionales de una empresa tipo del sector, indicando las relaciones existentes entre ellas.

A partir de la memoria económica de una empresa:

Identificar e interpretar las variables económicas más relevantes que intervienen en la misma.

Calcular e interpretar los ratios básicos (autonomía financiera, solvencia, garantía y financiación del inmovilizado,...) que determinan la situación financiera de la empresa.

Indicar las posibles líneas de financiación de la empresa.

CONTENIDOS (Duración 65 horas)

Salud laboral

Condiciones de trabajo y seguridad. Salud laboral y calidad de vida. El medio ambiente y su conservación.

Factores de riesgo: Físicos, químicos, biológicos, organizativos. Medidas de prevención y protección.

Técnicas aplicadas de la organización "segura" del trabajo.

Técnicas generales de prevención/protección. Análisis, evaluación y propuesta de actuaciones.

Casos prácticos.

Prioridades y secuencias de actuación en caso de accidentes.

Aplicación de técnicas de primeros auxilios.

Consciencia/inconsciencia.

Reanimación cardiopulmonar.

Traumatismos.

Salvamento y transporte de accidentados.

Legislación y relaciones laborales

Derecho laboral: normas fundamentales.

La relación laboral. Modalidades de contratación, salarios e incentivos. Suspensión y extinción del contrato.

Seguridad Social y otras prestaciones.

Órganos de representación.

Convenio colectivo. Negociación colectiva.

Orientación e inserción socio-laboral

El mercado laboral. Estructura. Perspectivas del entorno.

El proceso de búsqueda de empleo: Fuentes de información, mecanismos de oferta-demanda, procedimientos y técnicas.

Iniciativas para el trabajo por cuenta propia. Trámites y recursos de constitución de pequeñas empresas.

Recursos de auto-orientación profesional. Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales. La superación de hábitos sociales discriminatorios. Elaboración de itinerarios formativos/profesionalizadores. La toma de decisiones.

Principios de economía

Variables macroeconómicas. Indicadores socioeconómicos. Sus interrelaciones.

Economía de mercado.

Oferta y demanda.

Mercados competitivos.

Relaciones socioeconómicas internacionales: UE

Economía y organización de la empresa

Actividad económica de la empresa: criterios de clasificación.

La empresa: Tipos de modelos organizativos. Áreas funcionales. Organigramas.

Funcionamiento económico de la empresa.

Patrimonio de la empresa.

Obtención de recursos: financiación propia, financiación ajena.

Interpretación de estados de cuentas anuales.

Costes fijos y variables.

3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN

3.1. MATERIAS DEL BACHILLERATO QUE SE HAN DEBIDO CURSAR PARA ACCEDER AL CICLO FORMATIVO CORRESPONDIENTE A ESTE TÍTULO

Materias de modalidad

Matemáticas aplicadas a las ciencias sociales II

Economía y organización de empresas

3.2. PROFESORADO

3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de “Comercio Internacional”

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Marketing internacional	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Negociación Internacional	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Gestión administrativa del comercio internacional	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Almacenaje de productos	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Transporte internacional de mercancías	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Financiación internacional	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Medios de pagos internacionales	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Aplicaciones informáticas de propósito general	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Lengua extranjera en comercio internacional	(1)	Profesor de Enseñanza Secundaria
Formación y orientación laboral	Formación y Orientación Laboral	Profesor de Enseñanza Secundaria

(1) Alemán, francés, inglés, italiano o portugués, en función del idioma elegido.

3.2.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo

MATERIAS	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Economía	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Economía y organización de la empresa	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria

3.2.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Organización y Gestión Comercial

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, de los títulos de:

Diplomado en Ciencias Empresariales

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Formación y Orientación Laboral

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/los título/s de:

Diplomado en Ciencias Empresariales

Diplomado en Relaciones Laborales

Diplomado en Trabajo Social

Diplomado en Educación Social

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

3.3. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS

De conformidad con el art. 39 del R.D. 1004/1991 de 14 de junio, el Ciclo formativo de Formación Profesional de Grado Superior: COMERCIO INTERNACIONAL, requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente R.D., los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1.a del citado R.D. 1004/1991 de 14 de junio.

Espacio Formativo	Superficie	Grado de utilización
Aula de gestión comercial	90 m ²	50 %
Aula de audiovisuales	60 m ²	10 %
Aula polivalente	60 m ²	40 %

El “grado de utilización” expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las administraciones educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el “grado de utilización”, los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

3.4. CONVALIDACIONES, CORRESPONDENCIAS Y ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS

3.4.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional

Marketing internacional
Negociación internacional
Gestión administrativa del comercio internacional
Almacenaje de productos
Transporte internacional de mercancías
Aplicaciones informáticas de propósito general

3.4.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral

Marketing internacional
Negociación internacional
Gestión administrativa del Comercio Internacional
Almacenaje de productos
Transporte internacional de mercancías
Aplicaciones informáticas de propósito general
Formación y orientación laboral
Formación en centro de trabajo

3.4.3. Acceso a estudios universitarios

Diplomado en Biblioteconomía y Documentación
Diplomado en Ciencias Empresariales
Diplomado en Educación Social
Diplomado en Estadística
Diplomado en Gestión y Administración Pública
Diplomado en Informática
Diplomado en Relaciones Laborales
Diplomado en Trabajo Social
Técnico en Empresas y Actividades Turísticas

3.5. ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL CICLO FORMATIVO

3.5.1. Módulos profesionales del primer curso

Marketing internacional
Almacenaje de productos
Financiación internacional
Aplicaciones informáticas de propósito general
Lengua extranjera en comercio internacional

3.5.2. Módulos profesionales del segundo curso

Negociación internacional
Gestión administrativa del comercio internacional
Transporte internacional de mercancías
Medios de pagos internacionales
Formación y orientación laboral
Formación en centro de trabajo

Gestión del Transporte

Denominación: GESTIÓN DEL TRANSPORTE

Nivel: FORMACIÓN PROFESIONAL DE GRADO SUPERIOR

Duración del ciclo formativo: 2.000 HORAS
(Equivalentes a 5 trimestres de formación en centro educativo como máximo mas la formación en centro de trabajo correspondiente)

REALES DECRETOS: Título: 1659/1994 (B.O.E. 29/09/1994)
Curriculo: 1669/1994 (B.O.E. 04/10/1994)

1. REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

- 1.1.1. Competencia general
- 1.1.2. Capacidades profesionales
- 1.1.3. Unidades de competencia

Realizar la gestión administrativa en las operaciones de transporte.

Organizar, planificar y gestionar el tráfico/ explotación en las empresas de transporte terrestre.

Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento de los suministros de la empresa y de las mercancías de clientes.

Realizar la comercialización de los distintos servicios de transporte de mercancías y viajeros.

- 1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL
 - 1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos
 - 1.2.2. Cambios en las actividades profesionales
 - 1.2.3. Cambios en la formación
- 1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO
 - 1.3.1. Entorno profesional y de trabajo
 - 1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

- 2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO
- 2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA
 - Gestión administrativa del transporte
 - Gestión administrativa del comercio internacional
 - Organización del servicio de transporte terrestre
 - Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre
 - Almacenaje de productos
 - Comercialización del servicio de transporte
- 2.3. MÓDULOS PROFESIONALES TRANSVERSALES
 - Aplicaciones informáticas de propósito general
 - Lengua extranjera
 - Relaciones en el entorno de trabajo
- 2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO
- 2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

-
- 3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN**
 - 3.1. MATERIAS DEL BACHILLERATO QUE SE HAN DEBIDO CURSAR PARA ACCEDER AL CICLO FORMATIVO CORRESPONDIENTE A ESTE TÍTULO
 - 3.2. PROFESORADO
 - 3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo
 - 3.2.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo
 - 3.2.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia
 - 3.3. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS
 - 3.4. CONVALIDACIONES, CORRESPONDENCIAS Y ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
 - 3.4.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional
 - 3.4.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral
 - 3.4.3. Acceso a estudios universitarios
 - 3.5. ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL CICLO FORMATIVO
 - 3.5.1. Módulos profesionales del primer curso
 - 3.5.2. Módulos profesionales del segundo curso

1. REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

1.1.1. Competencia general

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico son:

Gestionar y comercializar el servicio de transporte de mercancías y viajeros de acuerdo con especificaciones recibidas y organizar y planificar la explotación de las operaciones terrestres en el ámbito nacional e internacional y en el marco de los objetivos y procesos establecidos.

Este técnico actuará, en su caso, bajo la supervisión general de Licenciados y/o Diplomados.

1.1.2. Capacidades profesionales

Aplicar la normativa nacional e internacional vigente en las operaciones de transporte, adaptándose a los cambios frecuentes que se producen en la misma.

Evaluar el coste de las distintas partidas que integran las operaciones de transporte, identificando la interrelación y el efecto económico de las variables que intervienen en el proceso de la operación global.

Gestionar el proceso administrativo de las operaciones de transporte de mercancías y viajeros en el marco de los objetivos establecidos y especificaciones recibidas y la legislación reguladora de estas operaciones.

Obtener, elaborar y tramitar la documentación requerida en las operaciones de transporte, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Organizar el trabajo del departamento de explotación o tráfico según los objetivos y presupuestos establecidos obteniendo la adecuación de la estructura y relación funcional a los objetivos de explotación.

Planificar el tráfico o explotación de las empresas de transporte de acuerdo con criterios establecidos, optimizando los recursos y los costos de operación, consiguiendo los niveles de calidad exigidos del servicio.

Comercializar los servicios de transporte de mercancías y viajeros de acuerdo con criterios establecidos, realizando los estudios de mercado necesarios para la toma de decisiones, organizando y supervisando las campañas publicitarias orientadas a la promoción de los citados servicios y controlando e interviniendo en su caso en los procesos de negociación de la venta.

Organizar el almacenaje tanto de los suministros de la empresa como de las mercancías de los clientes en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento idóneo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con procedimientos establecidos.

Poseer una visión global e integrada del proceso de transporte de mercancías y viajeros comprendiendo los mecanismos de actuación establecidos entre los distintos agentes intervinientes en cada operación de tránsito.

Adaptarse a nuevas situaciones laborales generadas como consecuencia de los cambios producidos en las técnicas, organización laboral y aspectos económicos relacionados con su profesión.

Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo de su trabajo, coordinando su actividad con otras áreas de la organización.

Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, responsabilizándose de la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, organizando y dirigiendo tareas colectivas y cooperando en la superación de las dificultades que se presenten, con una actitud tolerante hacia las ideas de los compañeros y subordinados.

Resolver problemas y tomar decisiones en el ámbito de las realizaciones de sus subordinados y de los suyos propios, en el marco de las normas y planes establecidos, consultando con sus superiores la solución adoptada cuando los efectos que se puedan producir alteren las condiciones normales de seguridad, de organización o económicas.

Estudiar y proponer nuevos criterios o acciones encaminados a mejorar la actividad de su unidad, manteniéndose informado de las innovaciones, tendencias, tecnología y normativa aplicable a su ámbito de competencias.

Requerimientos de autonomía en las situaciones de trabajo

A este técnico, en el marco de las funciones y objetivos asignados por técnicos de nivel superior al suyo, se le requerirán en los campos ocupacionales concernidos, por lo general, las capacidades de autonomía en:

Asignación de objetivos, tareas y recursos al departamento de explotación o tráfico.

Programación de rutas, itinerarios y horarios de transporte y determinación y asignación de recursos (vehículos, conductores y equipos) y cargas.

Supervisión del “lanzamiento” de la operación.

Supervisión y control de la operación en el marco de los objetivos establecidos.

Evaluación de la calidad del servicio prestado, identificación de las causas de las anomalías, y fallos y propuesta de soluciones.

Obtención y procesamiento de información económica y reglamentaria relevante en el sector del transporte.

Gestión de la contratación de pólizas de seguro de los medios de transporte y de las cargas de acuerdo con las condiciones establecidas.

Gestión y control de la declaración-liquidación de siniestros asegurados.

Gestión y control de la documentación requerida para los medios de transporte, personal de tráfico y tránsito internacional de mercancías.

Elaboración y gestión de la documentación relativa a la contratación de servicios de transporte.

Gestión y supervisión de la facturación de servicios de transporte.

Gestión y control de las relaciones con corresponsales, filiales, franquicias y empresas colaboradoras en las condiciones establecidas.

Cálculo de costes de líneas y operaciones de transporte.

Control y resolución de incidencias en operaciones de transporte y tránsito internacional de mercancías.

Organización y control de la recepción, almacenamiento y expedición de mercancías.

Organización del almacén, gestión, control y valoración de existencias y distribución de suministros, piezas y otros aprovisionamientos.

Negociación de las condiciones de contratación de servicios de transporte en los márgenes establecidos.

Información y asesoramiento a clientes sobre servicios de transporte.

Organización y supervisión de campañas publi-promocionales en el sector del transporte.

1.1.3. Unidades de competencia

1. Realizar la gestión administrativa en las operaciones de transporte.
2. Organizar, planificar y gestionar el tráfico/explotación en las empresas de transporte terrestre.
3. Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento de los suministros de la empresa y de las mercancías de clientes.
4. Realizar la comercialización de los distintos servicios de transporte de mercancías y viajeros.

Unidad de Competencia 1

Realizar la gestión administrativa en las operaciones de transporte

REALIZACIONES

1.1. Obtener y procesar la información del sector del transporte necesaria para el desarrollo de la actividad, optimizando la disponibilidad y el tiempo de acceso a la misma.

1.2. Gestionar y controlar el seguro de la flota, de las mercancías y viajeros, para garantizar la responsabilidad de acuerdo con la normativa vigente.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican las necesidades de información económica, jurídica y reglamentaria que afecta al sector.

Se identifican las fuentes de información relacionadas con el sector (Ministerio de Transporte, Ministerio de Industria, ASTIC, IMO, FETEIA, IATA, AENA, CLECAT, FIATA, IRU, OACI, Cámaras de Comercio, embajadas, consulados, B.O.E., D.O.C.E., publicaciones del sector y económicas y otras) que proporcionan la información más fiable.

Se identifican las empresas del sector, diferenciando entre las colaboradoras y las que sean de la competencia para obtener información sobre prácticas comerciales, desarrollo y actuaciones habituales.

Se seleccionan las publicaciones específicas del sector que sean de interés para la empresa.

Se establecen procedimientos para obtener la información de manera fácil y rápida (reuniones periódicas, entrevistas, suscripciones, adhesión a asociaciones profesionales y otros) de acuerdo con el presupuesto establecido.

Se confecciona un sistema de archivo basado en métodos convencionales o informáticos que recoge la información o documentación obtenida, aplicando técnicas que faciliten la consulta.

Se establece el procedimiento de actualización de la información o documentación complementando o modificando anteriores registros.

Se identifica la normativa sobre seguros de medios de transporte, mercancías y viajeros, así como lo establecido en concepto de indemnizaciones y responsabilidades para conocer el marco periódico de actuación.

Se elige entre las distintas ofertas de seguro solicitadas (coberturas, riesgos, etc.) la más adecuada a las necesidades de la empresa, asegurando la cobertura hasta el máximo posible y/o aconsejable de los riesgos reales y/o potenciales derivados de la operación de transporte, aplicando los criterios establecidos por la empresa.

Cuando las características del seguro que se va a contratar sobrepasan el área de responsabilidad asignada, se transmiten a gerencia las distintas ofertas recibidas con prontitud.

Se confeccionan los partes oportunos para notificar a las compañías de seguros las imputaciones a las pólizas flotantes, dentro de los plazos establecidos, especificando correctamente fechas y características de los diferentes envíos.

En caso de siniestros, se comprueba en la póliza de seguros el clausulado sobre obligaciones, responsabilidades y límites de indemnización, para determinar actuaciones adecuadas a la situación originada.

Se transmite y presenta a la compañía aseguradora de acuerdo con los procedimientos establecidos la reclamación por el siniestro producido y toda la documentación necesaria para su trámite dentro de los plazos exigidos en el Código de Comercio y la Ley del Seguro.

Se verifica que el importe y el proceso de la liquidación del siniestro es correcto y de acuerdo con lo requerido.

En caso de avería, se informa al comisario de averías de la situación exacta y de la valoración correcta del perjuicio ocasionado en el envío, expidiendo el correspondiente certificado en el tiempo y forma establecidos y realizando, en su caso, la reclamación a los responsables para preservar los derechos de la empresa, de acuerdo con el procedimiento definido.

1.3. Realizar las gestiones necesarias para la importación/introducción y/o la exportación/expedición de las mercancías y el tránsito de los medios de transporte, de acuerdo con la normativa vigente.

Se identifican, confeccionan y gestionan en tiempo y forma los documentos que la normativa vigente exige para:

El despacho de importación/exportación:

Licencias, si proceden

Declaración de importación/exportación (Declaración Única Aduanera: DUA)

Facturas comerciales y/o proformas.

Documentos que sirven para justificar el origen de las mercancías:

Certificado de origen.

Declaración en facturas.

EUR1/EUR2.

ATR1/ATR3.

Certificado de origen formulario A o APR.

Certificados de homologación.

Certificados de metrología.

Certificado de seguridad en las máquinas.

Certificados de baja tensión.

Certificados de sonoridad.

La Introducción/expedición:

Formulario del INTRASTAT.

IVA sobre movimiento intracomunitario.

El tránsito de los medios de transportes y/o de las mercancías:

T1/T2/T2L/T5.

Cuaderno TIR.

Cuaderno ATA.

Documento administrativo de acompañamiento para productos sometidos a impuestos especiales.

Guía de tránsito para productos sometidos a Impuestos especiales.

Fichas y certificaciones de mercancías peligrosas.

Etc.

En su caso, se gestionan en tiempo y forma los certificados sanitarios necesarios para la importación/exportación, introducción/expedición de mercancías en los organismos de control correspondientes:

Sanidad

Veterinario

SOIVRE

Fitosanitario

CITES

Farmacia

Etc.

Se verifica la correcta liquidación, que efectúa la Aduana, de la Deuda Aduanera/Tributaria.

En su caso, se evalúan las responsabilidades derivadas de la incorrecta aplicación de los procedimientos y exigencias aduaneras y de la Ley de Contrabando.

Se elaboran correctamente los albaranes de entrega, previa conformidad del departamento de tráfico, siguiendo las instrucciones de quien tiene la potestad sobre la mercancía.

1.4. Elaborar y gestionar la documentación necesaria para la contratación del servicio en sus distintas modalidades, de acuerdo con la legislación vigente.

Se mantienen vigentes los permisos y documentación requerida para la explotación de la flota observando los plazos de revisión e inspección previstos por la normativa vigente

Se elaboran correctamente los albaranes de entrega/recepción y de mercancías y/o FCR, para justificar la recepción y/o entrega de los productos.

Se formaliza a través de procedimientos establecidos el correspondiente contrato para cada envío o medio de transporte, según la legislación vigente, en las siguientes modalidades:

Contrato CMR (transporte internacional de mercancías por carretera) de acuerdo con el convenio CMR.

Carta de porte internacional (ferrocarril internacional) aplicando las reglas CIM, anexo B del COTIF.

Bill of Lading (B/L, conocimiento de embarque marítimo internacional) de acuerdo con las reglas de Hamburgo y La Haya.

Conocimiento aéreo (Air WayBill AWB) aplicando el convenio de Varsovia, Protocolo de La Haya en el ámbito internacional y LNAE en el nacional.

FCR, SDT, FBL (para cualquier tipo de transporte), de acuerdo con la normativa FIATA reconocida por la CCI.

Declaraciones de porte (carretera nacional) C.C., aplicando la LOTT/ROTT.

Carta de porte nacional C.C. (ferrocarril nacional) aplicando la LOTT/ROTT.

Conocimiento de embarque en marítimo nacional (Bill of Lading:BL) aplicando LNME-CC.

Previa conformidad del jefe de tráfico, corresponsal, filial y/o franquicia, se facturan a los clientes los servicios prestados en el plazo establecido, de acuerdo con las condiciones contratadas y con la normativa vigente.

Los cálculos en la facturación son correctos.

1.5. Gestionar y controlar las relaciones de carácter administrativo con los corresponsales, filiales y/o franquicias en el tiempo y forma establecidos.

Se facilita a gerencia en tiempo y forma la información necesaria para seleccionar el corresponsal o franquicia idónea en cada zona, de acuerdo con los informes recibidos del departamento de tráfico.

Se elaboran correctamente los distintos contratos o protocolos de colaboración con corresponsales, franquicias, empresas de transporte, etc, de acuerdo con las instrucciones recibidas por la gerencia.

Se establecen procedimientos administrativos que agilicen los procesos de comunicación e información con los corresponsales, filiales y/o franquicias y faciliten el control de los servicios prestados.

Se controla, en cada momento, la situación de los estados de cuentas con los corresponsales, informando al departamento correspondiente para que proceda a su facturación o abono en el tiempo establecido.

1.6. Controlar la rentabilidad de cada envío, medio, línea de transporte, departamento y sección, valorando los parámetros que intervienen en la formación de costes.

Se obtiene y sistematiza toda la información necesaria para poder determinar los costes del transporte de las mercancías o viajeros (tarifas, fluctuación actual de precios, ofertas de los proveedores, precios que factura el corresponsal, filial y/o franquicia, en función de acuerdos establecidos, y otros), de manera que se disponga y acceda a los datos con facilidad cuando sea necesaria su utilización.

Se obtiene el valor correcto de los costes que supone el envío o viaje valorando todos los parámetros que intervienen en el proceso de transporte.

Se calcula correctamente la rentabilidad de cada operación de transporte y su incidencia en los demás centros de costes y se transmite a través del procedimiento establecido para la toma de decisiones.

Se controlan las desviaciones en las ofertas cursadas a los clientes respecto a los márgenes de rentabilidad previstos, transmitiendo la información periódicamente y en tiempo y forma, de acuerdo con procedimientos establecidos.

1.7. Controlar y resolver, las incidencias, irregularidades y reclamaciones que se produzcan en el transporte y tránsito de mercancías o viajeros y en las operaciones de importación o introducción y/o exportación o expedición.

Se identifican los procedimientos adecuados que deben aplicar los distintos departamentos de la empresa cuando se produce una contingencia en algún medio de transporte y/o envío.

Se identifican los procedimientos correctos para informar a los clientes sobre las contingencias que se pueden producir durante el tránsito de las mercancías, a fin de evitarles perjuicios y molestias y mantener el nivel de calidad de servicio óptimo.

A partir de la información obtenida y de acuerdo con el cliente, se identifican las repercusiones de las contingencias producidas, se establecen responsabilidades y se cuantifican los perjuicios ocasionados.

Cuando la determinación de responsabilidades no es satisfactoria para ambas partes, se aplican procedimientos de arbitraje ante el organismo correspondiente.

Se realiza, en su caso, la reclamación correspondiente a los responsables de la avería, en tiempo y forma adecuada, a partir de la información recopilada.

En su caso, se cursan las instrucciones al departamento correspondiente de acuerdo con procedimientos establecidos para que se proceda a efectuar la liquidación de la indemnización establecida por la avería producida, según la legislación vigente.

Si es necesario, se efectúa el Recurso de Reposición, por disconformidad en resolución o acta y/o liquidación efectuada ante la Aduana, dentro de los plazos establecidos y observando la forma que exige la normativa.

Si procede, se incoa la Reclamación Económico-Administrativa ante el Tribunal Económico Administrativo Regional en la forma y plazos establecidos.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipo y soportes)

Información económica y jurídica del sector del transporte. Publicaciones específicas de transporte. Normativa de seguridad en los medios de transporte para distintos tipos de mercancías, animales y transportes especiales. Permisos y documentación de la explotación de la flota. Normativa de conducción, vuelo, navegación y descanso. Normativa sobre seguros de medios de transporte, mercancías y viajeros. Documentación correspondiente al despacho de importación/exportación, introducción/expedición y tránsito de medios de transporte y/o mercancías. Documentos de liquidación de la deuda aduanera/tributaria. Ley de contrabando. Albaranes de entrega de mercancías, FCR y/o notas de adquisición de mercancías. Información sobre corresponsales, franquicias y filiales. Información sobre líneas y tarifas.

Medios para el tratamiento de información

Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y de teleproceso. Programas: procesadores de texto, hojas de cálculo, bases de datos y programas específicos de gestión del transporte.

Procesos, métodos y procedimientos

Tratamiento de información y documentación. Control del proceso de siniestros en operaciones de transporte. Formalización de los contratos para cada envío y medio de transporte. Cálculo de costes y rentabilidad. Control de incidencias producidas en el transporte de mercancías y tránsito de viajeros. Procedimientos administrativos para la obtención de la documentación establecida legalmente para el tránsito nacional e internacional de vehículos, mercancías y viajeros.

Principales resultados del trabajo

Documentación relativa a las operaciones de transporte gestionada de acuerdo con la normativa vigente. Seguros de vehículos, mercancías y viajeros gestionados de acuerdo con la normativa vigente y con los criterios establecidos por la empresa. Contratación y facturación de servicios de transporte. Control administrativo de las relaciones con corresponsales, filiales y franquicias. Control de costes y rentabilidad. Resolución de incidencias. Información procesada del sector y la empresa. Transitarios.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Ministerio de Transporte. Ministerio de Industria. ASTIC. IMO. FETEIA. IATA. Cámaras de Comercio. Embajadas. Consulados. Compañías de Seguros. Clientes/usuarios. Personal de tráfico. Aduanas. Organismos que proporcionan la documentación necesaria para: despacho de importación/exportación; introducción/expedición; tránsito de los medios de transporte y/o mercancías; certificados que acompañan a la importación/exportación. Corresponsales, filiales, franquicias. Transitarios. Agencias comerciales. Clientes.

Unidad de Competencia 2:

Organizar, planificar y gestionar el tráfico/explotación en las empresas de transporte terrestre

REALIZACIONES

2.1. Organizar el departamento de tráfico adecuando la estructura y relaciones funcionales definidas a los objetivos y presupuestos establecidos.

2.2. Planificar el servicio de las líneas regulares y transportes discrecionales estableciendo las previsiones de tráfico optimizando los recursos y los costes de operación, según los objetivos y recursos establecidos.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se establecen los objetivos de un período caracterizándolos adecuadamente por los indicadores necesarios, a partir de los objetivos del departamento de tráfico establecidos por los niveles superiores.

Se establece un sistema de información y control documentario que permita la planificación y la toma de decisiones necesarias.

Se establecen las estrategias adecuadas que permiten alcanzar los objetivos.

Se determinan los servicios que deben contratarse con el exterior y los controles necesarios para garantizar la correcta prestación del servicio.

Se identifican las relaciones funcionales con el departamento comercial y se establecen los criterios para desarrollar el apoyo técnico necesario a dicho departamento siguiendo las instrucciones de gerencia.

A partir del organigrama establecido, se identifica o establece:

Distribución del trabajo.

Asignación de funciones.

Directrices de funcionamiento.

para optimizar y racionalizar el desarrollo de la actividad.

Se definen los puestos de trabajo necesarios en el departamento, caracterizándolos convenientemente por la competencia profesional requerida.

Se determinan los recursos materiales necesarios para la ejecución del trabajo y alcanzar los objetivos.

Se determina la disposición óptima en planta de los recursos materiales y humanos.

Se obtiene la información necesaria, a través de procedimientos establecidos, sobre las características y volumen del servicio contratado y los previstos en un plazo determinado.

Se identifican los recursos necesarios para la prestación del servicio o los recursos adicionales necesarios a partir del análisis y evaluación de la demanda.

Se establecen con los corresponsales, filiales y/o franquicias las rutas, itinerarios y horarios de las líneas regulares y de los transportes discrecionales identificando y/o estableciendo:

Seguridad vial de las rutas e itinerarios requeridos.

Características técnicas, número de unidades, recursos humanos y materiales necesarios.

Necesidades de almacenamiento (propios o arrendados).

Características de las mercancías.

Característica de los viajeros.

Tonelaje de carga (capacidades).

Nº de viajeros (capacidades).

Puntos de salida, intermedio y de destino.

Transbordos y/o cambios de modalidad de transporte y/o enlaces con otros medios ajenos.

Tiempo mínimo de recepción de las mercancías previo a la carga, para cada medio de transporte.

Tiempo mínimo de disponibilidad de los viajeros previo al embarque, para cada medio de transporte.

Minimización de tiempos muertos y retornos de vacío.

consiguiendo los niveles de calidad del servicio requerido y optimizando la rentabilidad.

Cuando es necesario, se organizan adecuadamente de acuerdo con los corresponsales, filiales y/o franquicias los transportes especiales (de mercancías voluminosas, peligrosas y/o perecederas) determinando:

Características técnicas de los vehículos y equipos especiales necesarios.

Especificaciones legales y/o técnicas requeridas para el personal de tráfico empleado.

Rutas, itinerarios y horarios de acuerdo, cuando procede, con la administración pública competente, según establezca la normativa aplicable al transporte concreto.

Apoyos en ruta necesarios y/o establecidos legalmente por parte de la administración pública competente.

Se determinan las modificaciones en la organización del tráfico precisas para disminuir tiempos y costes y/o mejorar la calidad del servicio estableciendo, cuando proceda, acuerdos con proveedores, corresponsales y/o franquicias.

Se determinan las características y volumen de recursos humanos y materiales de reserva y/o se definen acuerdos con empresas colaboradoras para asegurar la solución de las contingencias que se produzcan en el tráfico y/o hacer frente a aumentos en la demanda de servicios sobre las previsiones realizadas.

2.3. Gestionar la utilización de la flota y/o la contratación de unidades de transporte o de espacios de carga en otros medios, asignando los recursos humanos y materiales necesarios a cada servicio, según la organización y planificación establecidas, de manera que se maximice su rentabilidad, se consiga la calidad del servicio y se garantice el cumplimiento de las normas de seguridad vial

Se obtiene la información precisa del departamento de mantenimiento, sobre la disponibilidad de la propia flota y su posible utilización para el transporte previsto.

Se controla la situación de los vehículos que se están reparando, la duración de la misma, el lugar de la reparación y el presupuesto asignado.

Se realizan evaluaciones periódicas de la vida útil de la flota, teniendo en cuenta el grado de utilización y la legislación vigente, para controlar su renovación y cumplimiento de la normativa.

Se obtiene con suficiente antelación la información precisa del departamento comercial y/o de los clientes, centros de distribución de cargas y empresas colaboradoras del sector sobre los transportes contratados.

Se asignan las cargas a las unidades de transporte regular y/o discrecional en función de las características técnicas, del horario y del recorrido, consiguiendo la optimización de los recursos (evitando retornos de vacío, a media carga y tiempos muertos) y la calidad del servicio.

Se establece, si es necesario, la ampliación necesaria del número de salidas que tiene una línea, evaluando la cantidad de carga y sus características.

Cuando las unidades de la flota propia son insuficientes para satisfacer los servicios contratados o la rentabilidad del mismo lo requiere, se procede al alquiler de medios de transporte de empresas colaboradoras en las condiciones establecidas o se contratan otros medios en las mejores condiciones según la situación del mercado.

Se comprueba que el medio de transporte propio o contratado cumple todos los requisitos establecidos y posee todas las autorizaciones y equipos necesarios para su puesta en marcha identificando y/o estableciendo:

Estado técnico de las unidades de transporte a partir de los informes correspondientes.

Características técnicas, con los debidos permisos (número de ejes, pesos y dimensiones, contaminación, tacógrafo, etc.).

Tarjetas para desarrollar el transporte (regional, nacional, internacional, mercancías peligrosas, transportes especiales, etc.)

Equipos para transportes especiales, cuando sean necesarios.

de manera que se garantice el cumplimiento de las normas de seguridad vial aplicables al transporte de viajeros y mercancías.

Se verifica la disponibilidad del personal de tráfico asignado a las unidades de transporte regular y/o discrecional y, si es necesario, se cubren las vacantes con los recursos de reserva y/o reasignando los disponibles.

Se comprueba que la documentación del personal de tráfico asignado a cada unidad se ajusta a lo establecido por la empresa y por la legislación vigente y

se corresponde con las características del transporte contratado:

Permiso de conducción

La tarjeta de mercancías peligrosas correspondiente, cuando proceda.

Las hojas del tacógrafo de la semana anterior, a fin de comprobar que cumple los requisitos vigentes relativas a la seguridad de los conductores.

Si es necesario, se reserva el espacio necesario para el transporte de los envíos, contactando con las compañías aéreas, consignatarios de buques, ferrocarriles y empresas colaboradoras del sector, identificando y/o estableciendo:

Las instrucciones del responsable de los costes.

Las características de las mercancías.

La urgencia de recepción por parte del consignatario.

La regularidad y fecha prevista de salida del medio de transporte.

Se dan instrucciones precisas al responsable de la unidad de transporte sobre las características de la carga asignada, puntos y horarios de recogida, recorrido, remitentes, destinatarios, puntos y horarios de entrega y se le proporciona la documentación correspondiente, verificando que se ajusta a lo establecido por la empresa y por la legislación vigente.

2.4. Controlar que el tránsito de mercancías y vehículos se realiza de acuerdo con las instrucciones establecidas y con la normativa aplicable en cada caso, resolviendo las incidencias que se produzcan de modo que se asegure la prestación del servicio en las condiciones contratadas.

Se controla que la documentación remitida al corresponsal, organismos de control, filial y/o franquicia se corresponde con la mercancía cargada en el medio de transporte.

Se controla que las instrucciones cursadas a los corresponsales, filiales y/o franquicias en los "borderaux", hojas de ruta, etc., son las indicadas por el remitente y/o por la empresa.

Se comprueba que la documentación de tránsito está conforme con la mercancía cargada en el medio de transporte, las rutas y las aduanas de paso y destino:

T1/T2/T21

T5

T2M

Cuaderno TIR

Cuaderno ATA

Documento Administrativo de Acompañamiento para productos sometidos a Impuestos Especiales.

Guía de tránsito para productos sometidos a Impuestos Especiales.

Etc.

Se comprueba que se han efectuado las gestiones aduaneras necesarias para poder expedir el medio de transporte.

Se controla que el vehículo transita por los puntos y/o aduanas de paso establecidos y cumple los horarios previstos.

Se controla la llegada del medio de transporte a los almacenes de las Aduanas, destinatarios, corresponsales, filiales y/o franquicias.

Se identifican las posibles causas de las contingencias producidas, valorando su incidencia en la calidad de los servicios prestados (retrasos en la entrega, deterioro y/o pérdidas de mercancías,...) y determinando las responsabilidades personales y/u organizativas para adoptar las soluciones adecuadas en cada caso e informar debidamente a los clientes.

Se realizan las gestiones oportunas para solucionar cualquier contingencia que se haya producido durante el tránsito y que conlleve la retención del vehículo (accidente del vehículo, procediendo, si es necesario, a su sustitución. Avería del vehículo, controlando el tiempo de reparación, donde se produce ésta y, si fuese necesario proceder a su sustitución.

Autorizaciones de Transportes Especiales. Dificultad en algún control aduanero o de cualquier otro organismo...), transmitiendo correctamente, si procede, las instrucciones al departamento correspondiente.

Se informa a los clientes (remitentes, consignatarios y/o a quien tenga la potestad sobre la mercancía) a través de los procedimientos definidos de la situación de las mercancías y del plazo de entrega previsto.

2.5. Controlar la calidad del servicio prestado por la empresa, valorando las características del tráfico y líneas abiertas, a fin de potenciarlas y analizando las necesidades de servicio de los clientes para optimizar su satisfacción.

Se obtiene la información necesaria de los clientes a través de métodos de investigación de mercados para conocer la satisfacción de sus necesidades con la prestación del servicio de transporte contratado.

Se analiza la estructura y características de la red de corresponsales, líneas y sus limitaciones y se compara con las necesidades de los clientes para detectar posibles modificaciones del servicio que se adapten a las demandas de la clientela.

Se valora si la relación calidad/precio es la adecuada a través de procesos de recogida de información de servicios contratados por la empresa y de otros proveedores y se estudia, en su caso, la posibilidad de efectuar algún cambio.

Se calcula la tendencia de la demanda de los clientes para hacer previsiones sobre futuras contrataciones aplicando métodos estadísticos.

Se presentan informes, en tiempo y forma adecuados, cuando sea necesario, que apoyen a la gerencia en la toma de decisiones sobre la selección de corresponsales o franquicias idóneas en cada zona.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipo y soportes)

Información sobre la red de corresponsales. Información sobre servicios que contrata la empresa (proveedores). Información comercial. Facturas de proveedores, filiales, corresponsales, franquicias. Dossiers del departamento de tráfico. Información sobre previsiones de tráficos. Información sobre recursos humanos y materiales disponibles en la empresa. Red de almacenes (propios o arrendados). Información sobre características de las mercancías a transportar. Información sobre la disponibilidad de carga en cada momento. Información sobre rutas, itinerarios y horarios de recogida de cargas. Información sobre clientes, centros de distribución de cargas y empresas colaboradoras del Sector. Documentación técnica referida al medio de transporte y al personal de tráfico (autorizaciones, permisos, tarjetas, hojas de tacógrafo,...). Pesos máximos autorizados en cada medio de transporte. Documentación de tránsito de mercancías (T1, T2, T2L, T5, T2M, Cuaderno TIR, Cuaderno ATA,...). Normas de seguridad vial aplicables al transporte de viajeros y mercancías.

Medios para el tratamiento de información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: Entornos de usuario, hojas de cálculo, bases de datos, programas específicos de planificación y control de tráficos en el transporte terrestre.

Procesos, métodos y procedimientos

Programación de trabajos. Asignación de tareas. Programación de rutas, itinerario y horarios de transporte. Diseño de organigramas de funcionamiento departamental. Sistemas de control documentario. Coordinación con corresponsales, filiales y/o franquicias. Control de situación de vehículos.

Principales resultados del trabajo

Mercancía/viajero situada en destino en tiempo y forma acordada. Organización funcional del departamento.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Corresponsales, filiales y franquicias. Personal de tráfico. Clientes. Departamento comercial. Centros de Cargas. Empresas subcontratadas. Proveedores. Almacenes. Organismos de control en el transporte de mercancías. Aduanas.

Unidad de Competencia 3:

Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento de los suministros de la empresa y de las mercancías de clientes

REALIZACIONES

3.1. Organizar el espacio físico y el funcionamiento del almacén teniendo en cuenta la eficiencia en el sistema de distribución interna y la normativa de seguridad e higiene.

3.2. Gestionar las existencias en almacén de los suministros utilizados por la empresa, asegurando su aprovisionamiento para evitar roturas de "stocks" y aplicando las normas de seguridad e higiene, según los criterios establecidos por la empresa y la legislación vigente.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican los parámetros que hay que tener en cuenta para la organización de los procesos de almacenaje, estructura de espacios y condiciones del almacén.

Se estructuran las zonas del almacén, determinando el acondicionamiento de las mismas de acuerdo con criterios establecidos, características de los productos/materiales y normativa de seguridad e higiene y valorando el espacio, movilidad de manipulación y distribución interna y tiempo.

Se determina el procedimiento de distribución, manipulación y movimiento de los productos en el almacén, de acuerdo con criterios y métodos establecidos por la organización, consiguiendo la optimización del espacio y del tiempo de operación.

Se distribuye el personal a su cargo entre las diferentes secciones, asignando tareas y definiendo directrices genéricas de funcionamiento interno, de manera que se optimice el desarrollo de la actividad.

Se establece un sistema de control documentario del almacén para obtener la información del desarrollo y nivel del sistema de distribución.

La maquinaria y herramientas utilizadas en las operaciones de almacenaje se determinan en función de la reducción que suponen en el tiempo de manipulación y distribución y de las características del almacén y de las mercancías o materiales, teniendo en cuenta el presupuesto establecido.

Se establecen medidas de organización del almacén para ubicar correctamente devoluciones de mercancías de clientes, durante el período necesario, facilitando el normal funcionamiento del almacén.

La información sobre las devoluciones de mercancías en tránsito se trata informáticamente, facilitando las operaciones de gestión, y se mantienen actualizadas en todo momento las bases de datos.

Se identifican las innovaciones tecnológicas existentes en el mercado asociadas al manejo de productos o materiales, proponiendo posibles cambios e inversiones que hay que realizar para que aumenten la productividad.

Se organiza el proceso de tratamiento de la información utilizando los métodos informáticos apropiados para facilitar el acceso a la información y optimizar el funcionamiento del almacén.

Se realiza un inventario valorado, manual o informáticamente, presentándolo en la forma y plazos establecidos.

Se obtiene el valor correcto de la rotación de suministros identificando los parámetros que intervienen en su cálculo.

Se establecen procedimientos para distribuir los suministros entre los distintos departamentos de la empresa y se verifica cada entrega, controlando el tipo y cantidad de suministro, fecha, departamento y documentación interna según los criterios establecidos.

Se establecen previsiones de existencias en almacén para evitar roturas de "stock".

Se obtiene el valor del "stock" óptimo y mínimo que determina los márgenes de circulación de las existencias en el almacén.

Cuando las existencias de suministros se aproximan al "stock" mínimo establecido, se realizan y/o se dan instrucciones para realizar los pedidos necesarios con suficiente antelación para asegurar el aprovisionamiento en función del nivel de "stock" óptimo determinado.

Se controla que el nivel de existencias de suministros en cada momento en el almacén está de acuerdo con los niveles determinados utilizando los métodos establecidos.

3.3. Organizar y controlar la recepción de las mercancías de clientes y su distribución en el almacén, previa a la carga, asegurando su protección física y optimizando el uso de espacios y los tiempos de manipulación y distribución.

Se controla la recepción de las mercancías de clientes, verificando que cada partida y su documentación correspondiente se ajustan a las condiciones contratadas e informando y reflejando en el documento adecuado, si procede, las incidencias que presenten.

Se dan instrucciones sobre la descarga de mercancías y se controla su realización, determinando la forma de manipularlas, los medios adecuados a sus características y la ubicación concreta en el almacén, de modo que se asegure su protección física y se optimice el tiempo de la operación, la operación de carga posterior y la utilización del espacio del almacén.

Se controla la estiba de la mercancía en la zona del almacén prevista, teniendo en cuenta las características de la misma, su destino y la fecha determinada de envío.

Se controla la aplicación de las normas de seguridad e higiene, establecidas por la organización y por la legislación vigente para la manipulación y almacenaje de las mercancías en tránsito.

Se establecen, de acuerdo con los departamentos correspondientes, las características técnicas del envase y del embalaje, valorando:

Características del producto.

Condiciones técnicas del transporte.

Operaciones de manipulación que se pueden producir durante el transporte y/o el tránsito.

Normas establecidas en el país de expedición, tránsito y/o recepción de las mercancías.

Se identifica la normativa vigente sobre señalización, rotulación y características del embalaje de acuerdo con las peculiaridades de las mercancías a transportar:

Peligrosas.

Perecederas.

Frágiles.

Animales vivos.

Etc.

Se verifica que los embalajes utilizados en cada expedición son los más adecuados dependiendo de las características de la mercancía y del medio o medios de transporte, de modo que se garantice su protección física.

Se comprueba la correcta rotulación de los bultos y su correspondencia con el albarán de entrega y/o recepción, para facilitar:

Identificación del cargador del cosignatario.

Instrucciones de manipulación, carga, descarga y almacenaje.

Características generales de las mercancías.

En su caso, se controla la correcta colocación en los bultos de las etiquetas que establecen las compañías aéreas y/o cualquier otra información necesaria.

3.4. Organizar y controlar las operaciones de expedición de las cargas en los medios de transporte establecidos, asegurando que la forma y plazos de distribución y entrega cumplen las condiciones contratadas.

Se dan instrucción con suficiente antelación sobre la carga de mercancías y se controla su realización, determinando su localización en el almacén, las partidas concretas, la forma y medios de manipulación, la unidad de transporte y el destino, de modo que se garantice su protección física y las fechas de expedición, según las instrucciones recibidas.

Se controla que la expedición de mercancías se efectúa dentro de los horarios y rutas previstas según los servicios contratados.

Se controla que el acondicionamiento de la carga se realiza con el mejor aprovechamiento del medio de transporte, valorando previamente:

La estiba y el anclaje de la mercancía para protegerla durante su transporte.

Si la mercancía permite su apilamiento.

La seguridad vial durante el viaje.

Posible toma de muestras e inspecciones de los organismos de control u otras.

Volumen de la mercancía.

Pesos máximos autorizados.

Se controla la consolidación y/o desconsolidación de los containers y, si procede, el transbordo de las mercancías y su estado.

Se controla que la documentación correspondiente a la expedición de las mercancías se ajusta a lo establecido por la empresa y por la legislación vigente.

Se efectúan las reservas/objeciones pertinentes sobre las incidencias que se hayan producido o aparecido en las operaciones de carga y descarga de las mercancías, notificando las mismas al departamento correspondiente.

Se informa al departamento de tráfico de la situación de las mismas y si se han producido incidencias.

Se controla la aplicación de las normas de seguridad e higiene, establecidas por la empresa y/o por la legislación vigente, en las operaciones de carga y expedición de mercancías.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipo y soportes)

Información técnica del producto. Información sobre sistemas de manipulación de cargas existentes en el mercado. Inventarios de mercancías, listado de huecos de almacén, facturas, listado ABC de mercancías, órdenes de pedidos, albarán de entrada y de salida. Normativa de seguridad e higiene. Normativa sobre envases y embalajes de mercancías. Normativa sobre señalización-rotulación de embalajes. Fichas de almacén. Cargas contratadas.

Medios para el tratamiento de información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: Entornos de usuario, programas de organización y gestión de almacenes.

Procesos, métodos y procedimientos

Proceso de control del almacenamiento de las mercancías en las distintas fases de recepción, colocación y expedición. Métodos de valoración de existencias y cálculo de "stock" óptimo y mínimo. Procesos informáticos de tratamiento de la información. Control de estiba de mercancías. Control de acondicionamiento y manipulación de cargas. Control de consolidación y desconsolidación de containers.

Principales resultados del trabajo

Mercancías almacenadas de acuerdo con sus características técnicas y naturaleza y en lugar adecuado según la normativa de seguridad e higiene. Mercancía/suministros distribuida en forma y plazos establecidos. Inventarios valorados de suministros.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Jefes de almacén, Jefe de Logística, Departamento de Compras. Departamento de tráfico. Departamento comercial. Clientes. Proveedores.

Unidad de Competencia 4:

Realizar la comercialización de los distintos servicios de transporte de mercancías y viajeros

REALIZACIONES

4.1. Realizar estudios comerciales que detecten oportunidades de ampliación y mejora del servicio de transporte, de acuerdo con criterios y objetivos establecidos por la organización.

4.2. Informar y asesorar adecuadamente al cliente sobre los servicios de transporte ofertados por la empresa, atendiendo a sus necesidades y recursos, de acuerdo con los planes de actuación y los objetivos comerciales establecidos.

4.3. Elaborar y organizar el plan de acción en la operación de venta del servicio, de acuerdo con los objetivos de la organización.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican las variables macro/microeconómicas y comerciales que afectan a los objetivos del estudio comercial.

Se identifican y seleccionan las fuentes de información más fiables que proporcionan datos representativos del objeto de estudio.

Se seleccionan aquellas técnicas de recogida de información de las fuentes que dentro del presupuesto asignado proporcionan las mayores ventajas y la información más fiable y representativa.

Se organiza la correcta recogida de datos de las fuentes primarias, definiendo la muestra representativa del universo que hay que estudiar, seleccionando a los encuestadores idóneos y transmitiendo las pautas de actuación a los mismos, a través de procedimientos establecidos.

Se evalúa el tiempo necesario y el coste económico de la obtención de los datos para conocer si el desarrollo del trabajo está dentro de los márgenes establecidos.

Se controla la correcta recogida de datos, verificando que se desarrolla dentro del contexto establecido y de los plazos fijados.

Se aplican, utilizando medios convencionales o informáticos, los estadísticos necesarios para interpretar la información recogida y extraer conclusiones.

Se presentan las conclusiones obtenidas de forma estructurada, ordenada, homogénea y que suponga una fácil interpretación, a través de un informe.

Se identifican las necesidades del cliente sobre el servicio de transporte de mercancías y/o viajeros para ajustar su demanda al servicio que le puede prestar la empresa.

Se registran en el soporte predeterminado por la empresa, los datos del solicitante que se consideran de interés y su petición de información, confeccionando de esta manera una base estadística que sirva para actuaciones futuras en la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Se utilizan de forma eficiente los soportes informáticos y los medios de comunicación que permiten acceder a toda la información necesaria.

Se calculan y determinan correctamente las tarifas y precios del servicio de transporte adecuado a la demanda específica del cliente, comparando y considerando las características de los distintos servicios de transporte.

Se informa al cliente de las disponibilidades existentes, aconsejándole el servicio de transporte que mejor satisface sus necesidades y explicando con claridad las ventajas e inconvenientes de la operación de transporte.

Se utilizan con naturalidad y eficacia técnicas de comunicación y de venta, prestando un servicio de calidad con el fin de conseguir la satisfacción del cliente y generar su confianza.

Se efectúa un seguimiento del cliente encaminado a lograr la venta del servicio.

Se definen y estructuran todos los parámetros que se consideran relevantes para la consecución de los objetivos que afectan en alguna medida a las ventas y se establecen las líneas de acción adecuadas, configurando el plan.

El plan de acción es flexible en el grado que permita introducir cambios para mejorar la actuación.

Se organizan y programan rutas o visitas propias y, en su caso, del equipo de ventas, con criterios de eliminación de tiempos muertos y optimización de recursos.

Se transmite a los vendedores, a través de procedimientos adecuados, el plan de acción, explicando claramente los objetivos generales y los específicos de cada vendedor.

4.4. Programar y/o impartir la formación y el perfeccionamiento del equipo de ventas de acuerdo con especificaciones recibidas.

Se selecciona el material didáctico idóneo que se utilizará en el desarrollo de la formación, en función de las actividades que se van a realizar y del presupuesto establecido.

Se detectan puntos de perfeccionamiento en las actuaciones del equipo de ventas para determinar las líneas base sobre las que deben definirse el plan de formación.

Se determinan los conocimientos y actitudes que deben enseñarse, relacionado con las técnicas de venta y su aplicación a los productos de la empresa.

Se selecciona el lugar donde debe impartirse la formación en función del número de asistentes, valorando el acondicionamiento del espacio con los medios materiales necesarios para impartir el plan formativo previamente definido.

Se diseña un soporte que permita la recogida de la información sobre la valoración del aprovechamiento de la formación recibida por los vendedores.

Se establecen periódicamente programas de motivación para el equipo de vendedores que impulsen la acción de ventas.

Se determina el método de enseñanza-aprendizaje más adecuado en función de las características del equipo y de los objetivos establecidos.

La formación se desarrolla en función de los objetivos establecidos, aplicando los métodos adecuados previamente definidos y dentro del tiempo y forma acordados.

4.5. Intervenir en el proceso de negociación de la venta, cerrando aspectos de la operación que requieren decisiones de acuerdo con la responsabilidad asignada para llegar a establecer una relación comercial en las mejores condiciones, aplicando las técnicas de negociación adecuadas.

Se realizan gestiones de precontacto para sondear la capacidad de solvencia del cliente potencial y obtener la información necesaria para el desarrollo óptimo del proceso de negociación.

Se planifica, cuando proceda, previamente la presentación del servicio y negociación de la venta de manera que se cubran todos los puntos importantes, se gane tiempo, se controle la entrevista, se evite la ambigüedad y se determine el momento del cierre.

La amabilidad, aspecto personal y corrección se tienen en cuenta para transmitir la mejor imagen de la empresa y generar un entorno de empatía.

En aquellas situaciones/operaciones que requieren su intervención en la negociación de las condiciones que regularán la prestación del servicio (precio, medio, seguros, documentación, tiempo, cantidad y otros), la comunicación es bidireccional y se aplican las técnicas adecuadas al tipo de cliente y situación comercial.

Se resuelven satisfactoriamente las dudas, confusiones y objeciones que han surgido en el cliente en el desarrollo de las negociaciones promoviendo las relaciones futuras.

4.6. Organizar la campaña publicitaria de acuerdo con los objetivos definidos y controlar la eficacia de la acción desarrollada.

Se identifican los objetivos de la campaña publicitaria para la organización adecuada de la actividad.

La organización del plan está perfectamente estructurada y programada y las actuaciones se ajustan en tiempo y forma a los planes establecidos.

Se controla la correcta aparición, con la frecuencia y tiempo contratados, de los elementos publicitarios en los distintos medios.

Se diseñan, en su caso, diferentes tests y encuestas basados en el recuerdo de la publicidad (test de asociación de ideas entre un producto y una o varias marcas. Test de asociación de ideas entre un tipo de producto y un tema publicitario. Test de identificación de la marca y otros) para recoger la información necesaria y evaluar la eficacia de la acción publicitaria.

Se dan instrucciones a los encuestadores sobre procedimientos y población objetivo que faciliten el desarrollo del trabajo de campo, cuando es necesario.

Se obtienen, en el momento adecuado, las desviaciones comparando los logros con los objetivos perseguidos por la acción publicitaria en relación principalmente al público objetivo y volumen de ventas, para adoptar medidas eficaces de corrección.

Se adoptan soluciones, de acuerdo con la responsabilidad asignada, cuando se detecta cualquier anomalía en la ejecución de la campaña publicitaria.

Se obtiene información sobre la rentabilidad que ha supuesto la ejecución de la campaña a través del cálculo de los ratios adecuados (coste/nº de unidades vendidas,...).

Se presenta en tiempo y forma la valoración de la acción publicitaria para adoptar, cuando proceda, medidas correctoras.

4.7. Controlar el desarrollo y evolución de las actuaciones del equipo de ventas, para optimizar la actividad y alcanzar los objetivos previstos.

Se organiza el proceso de control del desarrollo de la actuación del equipo de venta, definiendo métodos para detectar rápidamente cualquier anomalía.

Se verifica el correcto cumplimiento de los términos del contrato de prestación del servicio.

Se valora en términos de costes la incidencia en la prestación del servicio y se analizan las medidas que solucionen la situación favorablemente.

Se contacta, si es necesario, con el cliente, exponiéndole la anomalía y negociando condiciones que satisfagan a ambas partes.

Se obtiene información periódica sobre la eficacia del vendedor respecto a los objetivos previstos en función de las ventas y tipo de canal de distribución, a través de los procedimientos establecidos.

Se detectan en el momento adecuado problemas, oportunidades, puntos fuertes y débiles a partir del análisis de los informes presentados periódicamente por los vendedores.

Se realiza un balance cuantitativo y cualitativo de la actividad de la venta, comparando correctamente las realizaciones y previsiones y proponiendo acciones correctoras cuando las desviaciones no están dentro del margen aceptable.

Se obtiene periódicamente información precisa sobre la situación y rentabilidad de las ventas a través del cálculo de ratios específicos (objetivos/realización, nº pedidos/nº de visitas, ventas por producto/zona/cliente, gastos/ventas), para adoptar, en su caso, medidas correctoras.

Se detecta si el problema de la desviación tiene su origen en el plan de marketing o en el equipo de ventas, a través de procedimientos establecidos.

Se resuelve la reclamación cuando supera la responsabilidad del equipo de ventas, siempre con el consentimiento y conformidad del cliente, teniendo en cuenta la política establecida por la empresa y la satisfacción de ambas partes.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipo y soportes)

Estudios de mercado sobre el sector de transporte de mercancías y viajeros, tarifas, actuaciones de la competencia. Plan de marketing. Listado ABC de venta. "Rapport" de visitas. Fichas de clientes. Información técnica y de uso del servicio de transporte que se comercializa. Quejas y/o reclamaciones de clientes. Nuevas tecnologías que surgen relacionadas con el servicio de transporte a comercializar. "Ranking" de servicios. Informes del personal comercial. Información sobre acciones publicitarias y promocionales propias y de la competencia. Acciones de marketing históricas. Argumentarios de venta.

Medios para el tratamiento de información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: Entornos de usuario, programas de estadística, procesadores de texto, hojas de cálculo, bases de datos, programas de edición.

Procesos, métodos y procedimientos

Identificación de necesidades de los clientes. Negociación de condiciones de venta. Sistematización y procesamiento de la información. Motivación y formación aplicados al equipo de ventas. Control de la comercialización del servicio.

Principales resultados del trabajo

Comercialización del servicio de transporte de mercancías y viajeros. Organización y control de las actuaciones del equipo de ventas en empresas de transporte. Estudios comerciales.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Personal administrativo. Director comercial. Personal comercial. Departamento de Marketing. Almacén. Clientes (empresas industriales y comerciales, agencias de viajes).

1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL

1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos

Las innovaciones tecnológicas con mayores posibilidades de expandirse son las relacionadas con la gestión, el acceso a la información y las vinculadas directamente con la seguridad de personas, medios y mercancías.

En relación con la futura configuración desde la perspectiva microeconómica, se espera un proceso de concentración que disminuirá la atomización empresarial a través de la asociación de pequeñas empresas.

El crecimiento económico conlleva un mayor número de transacciones tanto nacionales como internacionales y, por consiguiente una elevación de los tráficos, que se traducen en un aumento de la demanda dentro del sector transportes. En este contexto está prevista la expansión de cadenas de logística, para aprovisionamiento, comercialización y distribución, lo que supondrá el desarrollo de los servicios EDI (Intercambio Electrónico de Datos)

La liberalización que supone la entrada en vigor de gran parte de la normativa que afecta al transporte en cualquiera de sus modalidades, conducirá a una nueva configuración del sector en Europa, lo que propiciará la liberalización de precios en los vuelos comerciales, e incremento de los intercambios de mercancías y viajeros y las variaciones en las estructuras de los centros de almacenamiento y distribución de cargas.

La adaptación a la política europea de medio ambiente provocará fuertes inversiones encaminadas tanto a la renovación del parque de vehículos como a la de los distintos materiales, elementos o piezas asociados a ellos.

Se presenta como bastante probable la creación a nivel europeo de centros de transporte y centros integrados de mercancías.

1.2.2. Cambios en las actividades profesionales

El transporte requiere la gestión de una serie de documentos complejos como solicitudes de reserva, aviso de despacho, certificado de origen, notificación de embarque, declaración de aduanas, certificado de seguro, etc, trámites que si se realizan a través del EDI (Intercambio Electrónico de Datos) y de otros sistemas electrónicos permitirán la optimización de las acciones en este sentido y requerirán las consiguientes adaptaciones profesionales.

Se prevé la desaparición de gran parte de las agencias de aduanas, de las que un porcentaje no muy elevado se convertirá en empresas dedicadas a la logística.

Se prevé una mayor atención a las actividades comerciales en las empresas del transporte dado el progresivo incremento de la competencia existente entre las mismas.

En la modalidad de transporte terrestre, se presentan actividades emergentes de los responsables de tráfico y estación, en la realización de actuaciones de control, organización y seguridad del servicio.

1.2.3. Cambios en la formación

La logística es una función clave en la vida de las empresas. La evolución y los profundos cambios surgidos en la logística de materiales, tales como nuevas técnicas de planificación integrada, sistemas para gestión de almacenes, planificación y control de flotas de transporte y la comunicación y transmisión de datos (EDI), requieren formar específicamente a mandos intermedios en la gestión y organización de recursos humanos y materiales disponibles en el proceso de transporte y distribución comercial.

Se requiere un incremento de la formación destinada a la adquisición de capacidades para interpretar el contenido de la normativa que regula las políticas de transporte nacionales y comunitarias y que producirá repercusiones posteriores a la gestión.

En relación con el previsto incremento del transporte multimodal se prevé un desarrollo formativo en esta línea.

Los cambios tecnológicos inspirarán la formación en los aspectos informáticos y de seguridad relacionados con el sector del transporte.

1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO

1.3.1. Entorno profesional y de trabajo.

Esta figura ejercerá su actividad en el sector del transporte en las áreas de planificación, administración y comercialización del servicio.

Los subsectores en los que puede desarrollar su actividad son:

Transporte de viajeros y mercancías: terrestre, marítimo, aéreo y multimodal en las actividades de administración y comercialización terrestre en la actividad de planificación.

Actividades auxiliares del transporte: agencias de viaje, agencias de transporte, transitarios y almacenistas-distribuidores.

Industriales y comerciales: ejerciendo las actividades complementarias de gestión del transporte.

Sus funciones en el puesto de trabajo están afectadas considerablemente por la informatización de las tareas administrativas y de gestión.

Sus funciones están ligadas a cambios tecnológicos en los medios y control de la información de transporte y modificaciones reglamentarias que afectan a su actividad.

1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

Esta figura profesional se ubica fundamentalmente en las funciones: de organización y planificación del servicio y las operaciones, administración y comercialización.

Las técnicas y conocimientos tecnológicos pertenecen al ámbito del comercio, administración y gestión, en el sector servicios del transporte, y se encuentran ligadas directamente a:

Procesos de gestión administrativa del transporte: elaboración de documentos específicos del transporte, relacionados con el tráfico, tránsito internacional y nacional de mercancías y viajeros. Obtención de información del sector aplicando métodos de recogida y tratamiento de información. Interpretación de la normativa que regula el sector transportes.

Procesos de atención-negociación: técnicas de comunicación y negociación. Elaboración de planes de negociación y resolución de reclamaciones de clientes.

Procesos de planificación y control de las operaciones terrestres: medios y recursos humanos de transporte. Redes y seguridad vial. Equipos e instalaciones para el transporte. Técnicas de programación de actividades.

Organización del trabajo: estructura del sector y de las empresas. Proceso de prestación del servicio. Función del departamento de explotación. Métodos de trabajo y estudio de tiempos aplicables al transporte. Métodos de descripción de puestos de trabajo. Infraestructura del transporte.

Procesos de comercialización: organización y control de acciones publi-promocionales. Organización de la fuerza de ventas. Control de resultados del equipo de ventas. Técnicas de marketing.

Proceso de logística comercial: organización de almacenes. Gestión de existencias. Sistemas de distribución nacional e internacional de mercancías.

Procesos de tratamiento de la información: programas integrados de gestión comercial y específicos de gestión de almacenes. Tratamiento de textos. Hojas de cálculo. Bases de datos estadísticas.

Normativa de seguridad e higiene: distribución de zonas en el almacén. Ubicación de mercancías en el almacén. Gestión de los medios de transporte.

Control de calidad del servicio: satisfacción del cliente en sus demandas de servicios de transporte. Métodos estadísticos de valoración del nivel de servicio prestado a los clientes.

Ocupaciones y puestos de trabajo tipo más relevantes

Con fines de orientación profesional se enumeran a continuación las ocupaciones y puestos de trabajo que podrían ser desempeñados adquiriendo la competencia profesional definida en el perfil del título:

Jefe de tráfico o jefe de circulación, transitarios, agente comercial, consignatario marítimo, jefe de administración en transporte terrestre, aéreo, marítimo y/o multimodal, jefe de almacén, inspector (transporte de viajeros por carretera).

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO

Organizar recursos humanos y materiales asociados a la explotación del servicio de transporte, asignando tareas, horarios, rutas y coordinando las actividades del personal con los distintos centros de cargas y agencias de gestión de la explotación y aplicando en el proceso la normativa vigente en transporte terrestre.

Relacionar los procesos de transporte de mercancías y viajeros efectuados en la práctica habitual de comercio, en sus distintas modalidades de terrestre, aéreo, marítimo y multimodal, con la normativa que regula estas operaciones tanto en el entorno nacional como internacional.

Definir los procedimientos de recogida de información para estudios comerciales relacionados con el sector analizando la información recibida y obteniendo las conclusiones aplicables a una posterior comercialización de servicios de transporte.

Operar con programas informáticos en la realización de tareas de gestión y administración de las operaciones de transporte y organización de la explotación de la flota de vehículos en transporte terrestre.

Utilizar técnicas de comunicación para transmitir y recibir información en el desempeño de tareas de atención y asesoramiento a clientes y usuarios y en la coordinación y colaboración con otros departamentos de la empresa y del sector utilizando la terminología y simbología específica del transporte.

Utilizar las técnicas de negociación en la venta de servicios de transporte adaptadas a la tipología de los posibles clientes, situación del mercado y criterios establecidos.

Identificar y elaborar la documentación exigida oficialmente para la gestión administrativa de las operaciones de transporte nacional e internacional, realizando los trámites oficiales oportunos y controlando el cumplimiento de las condiciones contratadas y de la normativa vigente.

Analizar los diferentes procesos de almacenaje de suministros y mercancías de posibles clientes, programando el funcionamiento del almacén y gestionando tanto existencias como entradas y salidas de acuerdo con criterios establecidos y con la normativa de seguridad e higiene.

Expresarse de forma correcta en el idioma requerido, en relaciones comerciales con clientes y/o proveedores internacionales e interpretar información en lengua extranjera relativa al sector transporte.

Interpretar el marco legal, económico y organizativo que regula y condiciona la actividad productiva, identificando los derechos y las obligaciones que se derivan de las relaciones en el entorno de trabajo, así como los mecanismos de inserción laboral.

Seleccionar y valorar críticamente las diversas fuentes de información relacionadas con su profesión, que le permita el desarrollo de su capacidad de autoaprendizaje y posibiliten la evolución y adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA

Módulo Profesional 1:

Gestión administrativa del transporte

Asociado a la Unidad de Competencia 1: Realizar la gestión administrativa en las operaciones de transporte

CAPACIDADES TERMINALES

1.1. Analizar la documentación exigida por la legislación vigente para los medios de transporte y el personal de tráfico y los procedimientos establecidos para su gestión.

1.2. Analizar y aplicar procedimientos administrativos relativos a la contratación y facturación de cargas.

1.3. Analizar las variables que determinan el seguro de los medios de transporte y las actuaciones derivadas de su aplicación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar y analizar la reglamentación que regula la utilización de los medios de transporte en sus distintas modalidades.

Explicar los requisitos administrativos necesarios para los medios de transporte de mercancías peligrosas.

Precisar los permisos requeridos para:

La circulación de medios de transporte terrestre.

La navegación de medios de transporte marítimo.

y explicar su función y los procedimientos relativos a su gestión, identificando el organismo correspondiente que los expide.

Precisar los permisos exigidos al personal de tráfico terrestre y marítimo, identificando los organismos que los expiden y sus plazos de renovación.

Dado un determinado medio de transporte terrestre o marítimo convenientemente caracterizado:

Identificar la documentación requerida para la circulación o navegación del mismo y los organismos que la tramitan.

Cumplimentar las solicitudes para la expedición y renovación de la documentación exigida.

Describir los procedimientos administrativos para su gestión.

Identificar y analizar la normativa que regula la contratación de cargas en las distintas modalidades de transporte.

Analizar el flujo de información-documentación generado por la contratación de cargas en empresas de transporte tipo.

Explicar las cláusulas habituales en los contratos de servicios en las distintas modalidades de transporte, precisando las que son prescriptivas.

Explicar el sistema de tarifas de referencia en el transporte por carretera.

Explicar el sistema de tarificación del transporte por ferrocarril.

Explicar los factores que determinan el precio del transporte marítimo y describir las modalidades de fletes.

Identificar y describir los tipos básicos de tarifas en el transporte aéreo.

Identificar los tributos que gravan los servicios de transporte en sus distintas modalidades y los tipos impositivos aplicables en cada caso.

En un supuesto en el que se proporciona información sobre una operación de transporte terrestre convenientemente caracterizada:

Seleccionar justificadamente la modalidad de contrato adecuada.

Cumplimentar el modelo de contrato correspondiente.

Precisar la documentación que debe acompañar a la carga.

Realizar la facturación correspondiente, aplicando correctamente las tarifas, descuentos e impuestos.

Identificar y explicar las normas fundamentales que regulan el seguro de los medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo.

Describir los elementos reales y formales que caracterizan los contratos de seguro de los medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo.

Identificar los tipos de pólizas más utilizadas en el seguro de medios de transporte en sus distintas modalidades y explicar la cobertura de riesgos que incluyen.

Describir los procedimientos de contratación de seguros de medios de transporte en sus distintas modalidades y de declaración-liquidación de los siniestros asegurados.

Explicar los parámetros más relevantes que se deben considerar en la selección de un seguro de medios de transporte terrestre.

Precisar las variables que determinan el coste de la contratación de pólizas de seguros de medios de transporte terrestre.

En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre un medio de transporte terrestre, el tipo de servicio que cubre y distintas coberturas de riesgos relacionadas con sus primas correspondientes:

Seleccionar la combinación de coberturas de riesgos más apropiada.

Describir las cláusulas que debe incluir la póliza resultante.

Calcular correctamente la prima.

1.4. Analizar las variables que determinan los costes de explotación en empresas de transporte y aplicar métodos para su cálculo.

Clasificar según su naturaleza los costes de explotación en empresas de transporte tipo y evaluar la importancia relativa de cada uno.

Identificar los centros de costes en empresas de transporte tipo y explicar el tipo de coste que generan.

Relacionar los soportes documentales internos y externos, utilizados habitualmente en empresas de transporte tipo, con la clase de coste sobre el que proporcionan información.

Explicar los métodos para determinar la amortización técnica del parque móvil, utilizados habitualmente en empresas de transporte terrestre y marítimo.

Interpretar la normativa fiscal que regula la amortización del inmovilizado en el sector del transporte y precisar su aplicación en dicho sector por carretera.

Explicar la normativa que regula las provisiones para grandes reparaciones en los sectores de transporte marítimo y aéreo.

Explicar los parámetros que determinan la formación de costes en operaciones de transporte tipo.

Analizar los principales métodos de imputación de costes fijos, precisando sus implicaciones en el cálculo de costes de operaciones de transporte tipo.

En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre los costes fijos de una empresa de transporte por carretera y sus correspondientes coeficientes de imputación, los costes generados en una línea regular determinada y los servicios realizados en la misma, para un período de tiempo dado:

Calcular los costes fijos imputables a la línea de transporte, aplicando los coeficientes adecuados.

Calcular los costes totales de la línea de transporte correspondientes al período dado.

Calcular los costes por unidad de servicio.

En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre los costes fijos de una empresa de transporte de viajeros por carretera y la estimación de la demanda y de los costes variables imputables de una nueva línea regular prevista, calcular el precio técnico por unidad de servicio para alcanzar el umbral de rentabilidad.

1.5. Aplicar procedimientos para el tratamiento de información relevante en la gestión de empresas de transporte, utilizando aplicaciones informáticas.

Identificar los organismos públicos y privados que proporcionan información económica y legal relativa al sector del transporte y describir los procedimientos para su obtención.

Clasificar, según su naturaleza, la información proporcionada por los organismos públicos y privados identificados.

Explicar la estructura de los registros tipo de los archivos de:

Clientes

Proveedores

Corresponsales
Filiales
Franquicias
Personal de tráfico
Medios de transporte
Líneas regulares

en función de la información que deben recoger en empresas de transporte por carretera.

En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre operaciones habituales en empresas de transporte terrestre:

Realizar altas-bajas y modificaciones en los archivos de clientes, corresponsales y medios de transporte.

Realizar la facturación de las operaciones propuestas.

Actualizar los archivos de clientes y corresponsales con la información generada por las operaciones propuestas.

Utilizar las aplicaciones informáticas adecuadas.

CONTENIDOS (Duración 190 horas)

El sector transporte

Entorno y estructura del sector.
Indicadores macro y micro-económicos del sector.
Interrelación con otros sectores.
Clases de transporte: viajeros y mercancías.
Actividades auxiliares: agencias, almacenes-distribuidores, transitarios.
Organismos que regulan la actividad del transporte.

Legislación reguladora de la actividad en el sector del transporte en sus distintas modalidades

Marco legal del transporte terrestre.
 LOTT (Ley de Ordenación del transporte terrestre).
 Alcance, aplicación y exigencias legales.
 Convenios y reglamentos que regulan el transporte por carretera y ferrocarril.
 Alcance, aplicación y exigencias legales.
Aspectos jurídicos del transporte multimodal.
 Convenio de Ginebra.
 Conocimiento de embarque FIATA de transporte combinado.
 El transporte multimodal y la U.E.
Principales leyes y convenciones que regulan el transporte aéreo.
 Convención de Chicago.
 Convenio de Varsovia.
 Protocolo de La Haya.
 Ley de navegación aérea.
Convenios y principales disposiciones que regulan el tráfico marítimo.
 La normativa I.M.O. (International Maritime Organization) para el transporte de mercancías peligrosas. Código I.M.D.G. (International Maritime Dangerous Goods).
 Convenio de Bruselas.
 Reglas de Hamburgo.
 Convenio de seguridad de la vida humana en el mar.

Normativa fiscal aplicable al inmovilizado en el sector del transporte

Normas para la amortización del inmovilizado de las empresas de transporte.

Concepto de amortización y tipología.

Finalidad de la amortización del inmovilizado.

Exigencias fiscales en la amortización.

Tratamiento de la amortización.

Normas sobre provisiones para grandes reparaciones en el sector marítimo y aéreo.

Concepto de provisión y tipología.

Finalidad de las provisiones.

Exigencias fiscales en las provisiones.

Tratamiento de las provisiones.

Efectos de las normas fiscales sobre provisiones y amortizaciones en el resultado de la empresa.

I.V.A. e inmovilizado.

El concepto fiscal del I.V.A.

Cálculo del I.V.A.

Tratamiento del I.V.A. en la compraventa del inmovilizado.

El reglamento del I.V.A.

La contratación de servicios de transporte

Proceso de formación y ejecución del contrato.

Noción, perfeccionamiento y prueba del contrato.

Responsabilidad del transportista.

Tipología y marco jurídico.

Modalidades de contrato: contrato de transporte de mercancías, viajeros, contrato de alquiler.

Partes intervinientes en el contrato.

Cláusulas prescriptivas y facultativas.

El seguro de los medios de transporte

Pólizas tipo.

Terrestre.

Aéreo.

Marítimo.

Multimodal.

Obligaciones de las partes.

Riesgos asegurados y no asegurados.

Pérdida total.

Daños.

Gastos.

Vicios de la mercancía.

Procedimientos de contratación.

Identificación de riesgos.

Identificación de necesidades, fuentes de información jurídica y organismos. reguladores del seguro.

Análisis de cláusulas del contrato y condiciones particulares.

Identificación de obligaciones de las partes, garantías y condiciones de aplicación.

Negociación de diferentes tipos de pólizas y primas.

	<p>Procedimientos de declaración-liquidación de siniestros</p> <ul style="list-style-type: none">Prueba del siniestro.Identificación del siniestro, causas y consecuencias.Responsabilidad económica y jurídica del transportista.Elaboración de dossier de siniestros.
Facturación de servicios de transporte	<p>Sistemas de tarificación en las distintas modalidades de transporte.</p> <ul style="list-style-type: none">Clases de tarifas.Condiciones de aplicación y revisión.La tarificación en los distintos medios de transporte.Cálculo de tarifas. <p>Derechos del transportista en caso de impago.</p> <p>Descuentos y bonificaciones.</p> <ul style="list-style-type: none">Concepto.Cálculo de descuentos y bonificaciones. <p>I.V.A. aplicable a los servicios de transporte.</p> <p>Normativa reguladora.</p> <p>Aplicación del gravamen.</p> <p>Cálculo del I.V.A.</p> <p>Cálculos en la facturación.</p> <p>Parámetros que componen la facturación del servicio.</p>
Análisis de costes de explotación en las empresas de transporte	<p>Centros de costes en empresas de transporte.</p> <ul style="list-style-type: none">Concepto.Naturaleza del centro de coste. <p>Gastos de explotación según su naturaleza.</p> <ul style="list-style-type: none">Concepto de coste y gasto.Cálculo. <p>Costes fijos y variables.</p> <ul style="list-style-type: none">Concepto.Costes fijos: personal, tributos, seguros, costes financieros, amortizaciones, suministros.Costes variables: combustible, mantenimiento, reparaciones, dietas, costes diversos.Cálculo. <p>Costes directos e indirectos.</p> <ul style="list-style-type: none">Naturaleza.Imputación.Cálculo. <p>Amortización técnica de los medios de transporte.</p> <ul style="list-style-type: none">Normativa reguladora.Procedimiento de amortización.
Tratamiento de la información en empresas de transporte	<p>Sistemas de archivo.</p> <ul style="list-style-type: none">Tipos de archivo.Procedimientos de archivo.Registros tipo.

Aplicaciones informáticas en la gestión administrativa de empresas de transporte.

Elementos de derecho mercantil

Ámbito de aplicación.
Los contratos.

Módulo Profesional 2:

Gestión administrativa del comercio internacional

Asociado a la Unidad de Competencia 2: Realizar la gestión administrativa en las operaciones de transporte

CAPACIDADES TERMINALES

2.1. Analizar los procedimientos administrativos relativos al tránsito internacional de mercancías.

2.2. Elaborar la documentación necesaria para la gestión de las operaciones de importación y exportación e introducción y expedición de mercancías.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar las diferencias esenciales entre la tramitación de una importación o exportación y una introducción o expedición.

Identificar y explicar las principales barreras existentes al comercio internacional.

Identificar e interpretar la normativa internacional que regula la documentación para la gestión de operaciones de comercio internacional.

Identificar los organismos que intervienen en la gestión de la compraventa internacional y describir la documentación o certificaciones que expiden.

Describir la documentación básica para llevar a cabo una operación de exportación en el régimen general y el organismo que facilita esos documentos.

Explicar los aspectos más relevantes relativos al procedimiento y tramitación de las exportaciones en los regímenes específicos.

Explicar la función del D.U.A. (Documento Único Aduanero) y la cumplimentación del mismo.

Explicar la regulación de las importaciones en el régimen general y sus consecuencias en la tramitación de la documentación correspondiente.

Describir la documentación correspondiente a los regímenes específicos de importación y los procedimientos para su tramitación.

A partir de un supuesto contrato de compraventa internacional de mercancías:

Identificar la normativa en materia de gestión y documentación administrativa aplicable al supuesto.

Definir las gestiones y documentación necesarias y los organismos implicados.

Identificar e interpretar las cláusulas que normalmente se utilizan en los contratos de compraventa internacional.

Interpretar la normativa internacional aplicable para la cumplimentación de los documentos necesarios en las operaciones de compraventa internacional.

Explicar la estructura del arancel de aduanas y los procedimientos para su gestión.

Reconocer los modelos documentales asociados a certificados de origen, licencias de exportación y toda la documentación relacionada con el pedido, y explicar su función.

A partir de una determinada operación de compraventa internacional convenientemente caracterizada:

Identificar la documentación necesaria para la gestión.

Codificar las mercancías objeto de la operación en su partida arancelaria.

Calcular los impuestos y/o gravámenes a los que esta sometida la operación.

Cumplimentar los documentos requeridos para la gestión de la operación, realizando los cálculos oportunos, de acuerdo con la normativa que los regula.

Elaborar el contrato de la compraventa.

2.3. Analizar las variables que determinan el seguro de una mercancía en operaciones de comercio internacional y las actuaciones derivadas de su aplicación.

Describir los elementos reales y formales que deben caracterizar un contrato de seguro en el tránsito internacional de mercancías.

Identificar y definir los tipos de pólizas de seguro más importantes utilizadas en el comercio internacional.

Identificar y explicar la cobertura de las cláusulas que se incluyen normalmente en las pólizas de seguro de cada modalidad de transporte y citar algunas cláusulas complementarias que se puedan incluir.

Explicar las variables relevantes para la selección de seguros en el tránsito internacional de mercancías y su relación.

Describir los procedimientos de contratación de seguros en operaciones de comercio internacional y de declaración-liquidación de siniestros asegurados.

A partir de la definición de una operación de compraventa internacional de mercancías:

Identificar posibles riesgos en el transporte y en los demás aspectos de la operación.

Deducir el posible clausulado de la póliza de seguros.

A partir de dos pólizas de seguro con distintos tipos de cobertura en determinados aspectos reflejados en su clausulado y con distinto importe de la prima, relativas a una operación de comercio internacional convenientemente caracterizada:

Interpretar el clausulado y extraer conclusiones respecto a la cobertura de cada póliza.

Deducir la más idónea para la operación valorando todos los parámetros que definen a cada una.

Dado un supuesto convenientemente caracterizado de tránsito internacional de una mercancía peligrosa:

Analizar la legislación vigente aplicable al caso.

Determinar la protección jurídica necesaria.

A partir de un supuesto de incidencias aparecidas en una operación de tránsito internacional no cubiertas por una póliza de seguros:

Identificar e interpretar la normativa aplicable.

Identificar la documentación necesaria para gestionar la solución de dicha incidencia.

Deducir la solución más idónea y describir el procedimiento que se debe seguir.

2.4. Definir y utilizar sistemas para el tratamiento de la información-documentación relativas a las operaciones de comercio internacional.

Describir las principales fuentes y canales de información utilizados en las empresas para la obtención de una base documental que apoye y suministre datos a las distintas operaciones de comercio internacional.

Definir las técnicas de archivo más utilizadas en la organización de la información y documentación que se genera en la actividad comercial internacional.

A partir de unos datos relativos a distintas operaciones de comercio internacional:

Confeccionar el fichero maestro de clientes y/o proveedores, seleccionando y estructurando la información relevante de cada operación y utilizando la aplicación informática correspondiente.

Aplicar el paquete integrado de gestión administrativa, para obtener la documentación necesaria.

CONTENIDOS (Duración 200 horas)

El origen de las mercancías: Normativa y documentación.	Régimen General. Criterios para la determinación del origen de las mercancías. Documentación y tramitación de la justificación del origen en la importación y en la exportación: certificado y declaración de origen. Intercambios intracomunitarios. Reglamentación y documentación. Relaciones preferenciales. Acuerdos UE-AELC (Asociación Europea de Libre Cambio). Régimen UE-Canarias, Ceuta y Melilla. Acuerdos ACP. Acuerdos con Países y Territorios de Ultramar. Sistema de Referencias Generalizadas. Acuerdos UE-Países del Mediterráneo.
El tránsito aduanero.	Sistemas de tránsito: bases comunes, regulación e implicaciones. El convenio TIR. El tránsito comunitario. Documento Único Aduanero (D.U.A.). Utilización en distintos tipos de operaciones. Cumplimentación.
El Arancel de Aduanas.	La Nomenclatura Combinada. El TARIC. El valor de las mercancías en aduana. Excepciones a la aplicación.
Elaboración de contrato de compraventa internacional.	Reglas que rigen la forma del contrato de compraventa internacional. Clausulado.
Régimen administrativo y comercial de las operaciones de importación y exportación, introducción y expedición.	Procedimientos y gestiones en las transacciones con terceros países. Régimen de libertad comercial. Absoluta. Con vigilancia estadística previa. Certificados de importación. Régimen de autorización administrativa. Exportaciones sujetas a autorización por operación. Exportaciones sujetas a autorización global. Contingentes cuantitativos o cupos. Contingentes arancelarios y límites máximos arancelarios en la importación. Documentación básica para una importación y exportación. Regímenes específicos. Productos CECA. Productos textiles. Material de defensa, productos y tecnologías de dobles uso.

Especies amenazadas de flora y fauna silvestres.
Sustancias catalogadas susceptibles de desviación.
Productos químicos peligrosos.
Régimen de Islas Canarias, Ceuta y Melilla.
Procedimientos y gestiones de los intercambios intracomunitarios.

El seguro en el tránsito internacional de mercancías.

Normativa legal.
Riesgos asegurables.
Partes contratantes.
Tipos de pólizas de seguro.
Efectos del contrato de seguro.

Los tributos de aduanas.

Tipos de tributos.
Derechos de importación.
Derechos de exportación.
Derechos "antidumping".
Exacciones reguladoras agrícolas.
Gravámenes compensatorios.
Montantes compensatorios monetarios.
Montantes compensatorios de adhesión.
Derechos menores.
I.V.A.
Impuestos especiales.
Cálculo de la cuota tributaria.

Módulo Profesional 3:

Organización del servicio de transporte terrestre

Asociado a la Unidad de Competencia 2: Organizar, planificar y gestionar el tráfico/explotación en las empresas de transporte terrestre

CAPACIDADES TERMINALES

3.1. Analizar el sector y la estructura organizativa funcional y productiva de las empresas de transporte terrestre.

3.2. Analizar la estructura y funcionamiento de un departamento de explotación y/o tráfico en una empresa de transporte terrestre.

3.3. Aplicar técnicas para la organización del trabajo de un departamento de explotación o tráfico.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar las características e identificar los datos básicos del sector de transporte terrestre: Estructura empresarial, tipos de empresas, PIB, población ocupada y parque móvil de vehículos.

Describir las áreas funcionales de una empresa tipo del transporte terrestre y la relación funcional entre las mismas.

Distinguir las diferentes empresas de transporte según el tipo de servicio, de actividades y de magnitud relacionándolas con los factores económicos de *productividad, costes y competitividad*.

Describir el proceso de prestación de servicio de transporte caracterizando convenientemente las diversas fases y operaciones a partir de los medios, equipos y recursos humanos que intervienen.

Describir los principios que rigen una organización empresarial y su jerarquización: rentabilidad, productividad, eficacia, competitividad, calidad, seguridad, viabilidad.

Enumerar los distintos elementos y factores que hacen que una organización sea eficaz.

Identificar e interpretar la normativa vigente que regula la actividad de conducción en el transporte de mercancías y viajeros.

Explicar la estructura y describir las funciones de un departamento tipo de explotación o tráfico de una empresa de transporte por carretera.

Explicar mediante un diagrama las relaciones funcionales externas e internas del departamento de explotación o tráfico.

Realizar un croquis de una distribución en planta donde figuren las distintas secciones o áreas de un departamento de explotación o tráfico indicando el flujo y naturaleza de la información entre ellas.

Explicar los rasgos y características fundamentales de un sistema de información y control documentario aplicable al servicio de explotación o tráfico.

Explicar los tipos de informes más habituales que deben elaborarse en un departamento de tráfico o explotación en las empresas de transporte.

Identificar las variables esenciales que hay que tener en cuenta en la organización del trabajo de un departamento de explotación o tráfico.

Explicar los métodos de organización del trabajo más comunes aplicables al departamento de explotación o tráfico.

Describir los métodos habitualmente utilizados en el estudio y cálculo de tiempos en operaciones de transporte terrestre.

A partir de la definición de una empresa y de un servicio de transporte regular de viajeros convenientemente caracterizado:

Identificar los recursos humanos que son necesarios para la prestación del servicio.

Identificar los recursos materiales y medios de inversión necesarios.

Describir los puestos de trabajo necesarios para la prestación del servicio.

Evaluar la inversión en vehículos que debe realizarse para cubrir el servicio.

3.4. Analizar y aplicar métodos para el control de calidad del servicio de transporte terrestre.

Describir las incidencias más comunes que pueden originarse en la prestación de servicios de transporte terrestre.

Explicar los conceptos fundamentales relativos a la calidad de prestación de servicios.

Describir los parámetros que miden la calidad del servicio de transporte.

Describir las técnicas más utilizadas por las empresas de transporte para evaluar la calidad del servicio.

A partir de un supuesto de datos históricos sobre incidencias o reclamaciones producidas en los servicios de transporte prestados por una determinada empresa:

Tabular los datos y aplicar los estadísticos que permitan la inferencia.

Realizar los cálculos de inferencia estadística y expresar los resultados con el margen de fiabilidad requerido.

Analizar los resultados y extraer conclusiones.

Explicar las medidas que deberían aplicarse para mejorar la calidad del servicio.

En un supuesto práctico de prestaciones de un determinado servicio de transporte, elaborar una encuesta dirigida a un supuesto cliente que recoja la información necesaria para evaluar el nivel de satisfacción y/o necesidades del cliente respecto al nivel de servicio de transporte suministrado.

CONTENIDOS (Duración 190 horas)

El sector de transporte terrestre

El transporte terrestre en la economía.

Entorno.

Indicadores económicos.

Finalidad y funcionamiento de los centros de información, distribución de cargas y estaciones de mercancías.

Estructuras.

Procedimientos de gestión.

Tipología de empresas de transporte terrestre.

Naturaleza.

Funcionamiento, estructuras.

El servicio de transporte terrestre

Procesos de prestación del servicio de transporte.

Fases y operaciones.

Objetivos y características del servicio.

Homologación y matriculación.

Estructura de las empresas de transporte por carretera.

Departamentos.

Infraestructura empresarial.

Organigramas funcionales.

Los recursos humanos.

Puestos de trabajo tipo.

Descripción, perfiles.

Selección.

Funciones.

El departamento de explotación o tráfico en la modalidad de transporte terrestre

Organigrama funcional.

Funciones asignadas al personal.

	Responsabilidades.
	Organigramas tipo.
	Estructura de recursos humanos y materiales.
	Descripción, perfiles de recursos humanos.
	Recursos materiales habituales.
	Necesidades humanas y materiales de un departamento de explotación.
	Sistemas de información y documentación.
	Naturaleza de los sistemas.
	Finalidad.
	Procedimientos.
	Tipología.
Conceptos básicos de organización del trabajo	Estudio y organización del trabajo.
	Concepto de organización del trabajo.
	Los procesos de organización del trabajo.
	El modelo de las relaciones humanas.
	Teorías económicas de la organización del trabajo.
	Economía de costes.
	Las causas de la jerarquía.
	Métodos de trabajo.
	Tipología.
	Naturaleza. Finalidad.
	Economía de costes.
	La mejora de métodos.
	Estudio de tiempos.
	Naturaleza de los costes horarios.
	Economía de costes.
	Elementos del trabajo afectados por el tiempo.
Técnicas aplicables a la organización del departamento de explotación/tráfico en el transporte terrestre	Procedimientos de elaboración de diagramas.
	Tipología.
	Aplicaciones.
	Cálculo de tiempos.
	Elementos que intervienen en el cálculo de tiempos.
	Métodos de cálculo.
	Métodos de descripción de puestos de trabajo.
	Elementos que componen la descripción.
	Estructura de una descripción de puesto de trabajo.
	Identificación de funciones y requisitos idóneos al puesto de trabajo.
	Distribución de los vehículos y maquinaria auxiliar.
	Identificación de necesidades.
	Métodos de asignación.
	Proceso de asignación de recursos materiales.
	Optimización del proceso.

Infraestructura necesaria para el transporte terrestre

Tipos de infraestructura.
Naturaleza.
Funcionalidad.
Relaciones Laborales.

Servicios.
Naturaleza.
Funcionalidad.
Estructura.

Instalaciones.
Normativa aplicable.
Naturaleza.
Funcionalidad.

Centros integrados de mercancías.
Naturaleza.
Función en el proceso de prestación del servicio.

Normativa de seguridad e higiene del transporte

Análisis de casos específicos.
Aplicación de la normativa en departamentos de explotación de transporte terrestre.

Control de calidad del servicio

Conceptos básicos de calidad de prestación de un servicio.
Defectos, retrasos, accidentes, averías y pérdidas.
Factores inútiles en un servicio.
Causas de no calidad.

Gestión de la calidad en la prestación de un servicio de transporte.
Organización y medios para medir la calidad.
Parámetros de medida de la calidad.
Componentes, objetivos y métodos en la calidad de una empresa de transporte terrestre.
Mejora del servicio.
Evaluación del coste de la no calidad.

Aplicación de técnicas estadísticas en la medición de la calidad de servicios.
Técnicas más utilizadas en la evaluación.
Elaboración de encuestas.
Aplicación de algunos conceptos de inferencia estadística.

Módulo Profesional 4:

Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre

Asociado a la Unidad de Competencia 2: Organizar, planificar y gestionar el tráfico/explotación en las empresas de transporte terrestre

CAPACIDADES TERMINALES

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

4.1. Analizar las características técnicas de los medios y equipos de transporte en relación con la prestación del servicio.

Describir los tipos de vehículos de transporte por carretera, enumerando sus prestaciones y características técnicas relacionadas con el servicio.

Enumerar y/o describir las características técnicas objeto de regulación y necesitadas de permisos o equipos especiales, para una flota de vehículos de transporte de carga por carretera, relacionándolas con las mismas.

Interpretar un informe de mantenimiento de un vehículo de transporte de viajeros por carretera.

Describir los equipos e instalaciones específicas necesarias para el transporte de productos tóxicos e inflamables.

Describir y estimar los costes de mantenimiento de un vehículo de transporte de carga por carretera desde 0 a 100.000 Km.

En un caso práctico de prestación de un determinado servicio de transporte terrestre caracterizado por el tipo, volumen de carga e itinerario y a partir de la documentación técnica (folletos, especificaciones técnicas) oportuna sobre tres posibles vehículos idóneos para el servicio:

- Identificar las características técnicas que influyen en la prestación del servicio.
- Seleccionar el vehículo más idóneo en función de las características de la operación.
- Razonar la elección evaluando el grado de ajuste de las prestaciones del vehículo a los requerimientos del servicio.

A partir de una flota de vehículos convenientemente caracterizada:

- Describir las revisiones necesarias en función de la vida, empleo y situación del vehículo.
- Enumerar y describir las características técnicas objeto de inspección de un vehículo de la flota con diez años de antigüedad y dedicado al transporte de carga por carretera.

4.2. Planificar la explotación de servicios de transporte terrestre.

Identificar los parámetros que intervienen en la planificación de las operaciones de transporte terrestre.

Describir los parámetros que caracterizan la demanda de servicios de transporte efectuada por un cliente.

Interpretar las normas de seguridad vial y ferroviaria en el transporte de mercancías y viajeros.

Identificar las redes de transporte terrestre utilizadas habitualmente y definidas por la geografía vial y ferroviaria.

Enumerar los requisitos de autorización, permisos y equipos que deben disponerse para la realización de un servicio de transporte especial por carretera.

Describir las técnicas más utilizadas en la programación de las actividades de transporte explicando el procedimiento de aplicación de cada una de ellas.

Analizar las características de los tipos de vehículos en relación con las posibilidades de prestación del servicio de transporte.

Explicar el tratamiento especial que se da al transporte terrestre de mercancías voluminosas, peligrosas y/o perecederas en cuanto al medio que se debe utilizar y acondicionamiento del mismo.

A partir de un supuesto práctico de actividades de transporte necesarias para la prestación de un servicio de la suficiente complejidad y convenientemente caracterizado:

- Realizar el diagrama "PERT" expresando correctamente actividades y sucesos.

Estimar la duración de las diversas actividades.

Calcular el camino crítico.

En un supuesto práctico que describe convenientemente un servicio de transporte contratado y que suministra información sobre un servicio no previsto en la operación definida:

Analizar si el peso, volumen y naturaleza de la mercancía nueva es compatible con la carga inicial descrita y con la reglamentación en vigor.

En un caso práctico de prestación de un servicio de transporte caracterizado por el tipo y volumen de carga, destino y puesto de salida de la mercancía y fecha de llegada, recursos disponibles (humanos y materiales), identificar, determinar o establecer:

La normativa de seguridad vial aplicable.

La ruta, itinerario y horarios de la línea que cubre el servicio.

Número de unidades necesarias y recursos humanos necesarios convenientemente caracterizadas.

Tonelaje de carga.

Transbordos y/o cambios de modalidad de transporte y/o enlaces con otros medios.

Tiempo mínimo de recepción de mercancías y de disponibilidad de viajeros previo a la carga y/o embarque.

En su caso, apoyos en ruta necesarios.

Horas de salida, tiempo de conducción y de reposo según la normativa aplicable.

Coordinaciones necesarias con corresponsales filiales o franquicias.

para minimizar tiempos, conseguir la máxima utilización de los recursos y la calidad del servicio.

4.3. Analizar los procedimientos de control aplicados en operaciones de transporte terrestre.

Identificar la normativa que regula la documentación de tráfico que se exige en la realización de las operaciones de transporte terrestre.

Especificar los controles o inspecciones que deben realizarse en operaciones de transporte terrestre para garantizar su correcta prestación.

Describir el procedimiento sancionador que se aplica generalmente en el incumplimiento de las obligaciones legales en transporte terrestre.

Describir las formas más utilizadas de control de tiempos de conducción y reposo y explicar las consecuencias del incumplimiento de la normativa.

En un supuesto práctico de un tipo de infracción en el desarrollo de la prestación de un servicio de transporte por carretera, convenientemente caracterizado:

Clasificar el tipo de infracción de acuerdo con su gravedad según la normativa vigente.

Deducir responsabilidades y posibles sanciones derivadas del incumplimiento de la normativa.

En un caso práctico de prestación de un servicio de transporte terrestre caracterizado por el tipo y volumen de carga y destino:

Identificar la normativa aplicable.

Identificar y caracterizar el tipo de vehículo requerido.

Describir los informes o permisos necesarios para comprobar la disponibilidad del vehículo y su estado técnico.

Describir la documentación requerida al personal de tráfico asignado a la unidad de transporte identificada para realizar la operación.

4.4. Analizar incidencias en la explotación del servicio de transporte y aplicar procedimientos para resolverlas.

Describir las incidencias más comunes que pueden presentarse en la realización de un servicio de transporte por carretera.

Explicar los incidentes (técnicos y administrativos) que pueden ocurrir en un transporte de cargas especiales.

En un caso práctico de un accidente de tráfico determinado ocurrido a un vehículo de transporte por carretera con una carta y un itinerario convenientemente caracterizado:

Identificar la legislación o normativa aplicable.

Explicar las gestiones que deben realizarse para la reparación del vehículo propio que optimice el coste (coste de la reparación, de explotación...).

Describir las consecuencias y gestiones derivada de la responsabilidad civil.

En un caso práctico de un incidente derivado de un transporte de carga especial convenientemente caracterizado, explicar las gestiones necesarias para su resolución.

Explicar los procedimientos y gestiones necesarias para realizar un transporte alternativo como consecuencia de una avería en un vehículo de transporte destinado a un servicio convenientemente caracterizado. Identificar las variables o parámetros que deben conjugarse y razonar la solución adoptada.

CONTENIDOS (Duración 240 horas)

Geografía

Vial: infraestructura, rutas, ámbito de aplicación.

Ferroviaria: infraestructura, rutas, ámbito de aplicación.

Reglamentación del transporte terrestre de mercancías y viajeros

Por carretera y ferrocarril.

Requisitos necesarios para el transporte de mercancías peligrosas.

Normas especiales de circulación.

Otros transportes especializados: en cisterna, transporte frigorífico con temperatura controlada, animales vivos, por contenedores.

Reglamento de viajeros.

Normativa de seguridad vial

Análisis y aplicación.

Responsabilidades.

Efectos legales.

Procedimientos administrativos.

Planificación del servicio de transporte terrestre

La demanda del servicio.

Identificación de necesidades.

Sistemas de información.

Características de la demanda: elementos.

Evaluación de la demanda: métodos y análisis de resultados.

Características del transporte por carretera y ferrocarril.

Relación medio/carga.

Compatibilidad entre el medio y la carga.

Elección del medio en función del servicio previsto.

El peso, el volumen y la naturaleza de la mercancía.

Capacidad de transporte de los diversos medios.

Normativa reguladora.

Dimensiones y características de los medios.

Métodos de planificación de rutas e itinerarios.

Elementos que intervienen en la programación de una ruta o itinerario.

Elección del itinerario.

Puntos de carga y destino.

Puntos de paso: fronteras y oficinas de aduanas.

Restricciones de circulación.
 La técnica P.E.R.T. Camino crítico.
 Viajeros, mercancías y cargas: características en relación con el servicio.
 Distribución de cargas.
 Métodos de distribución de cargas.
 Optimización de medios y rutas/itinerarios.
 Dirección de estiba y desestiba.
 Responsabilidades de los sujetos que intervienen en la estiba/de-
 sestiba.
 Control de errores en la estiba/desestiba: repartición de las car-
 gas.
 Manipulación.
 Métodos de planificación de plazas y cargas.
 Elaboración de planes de carga.
 Reglas sanitarias y de conservación de la mercancía.
 Elaboración de planes de plazas. Reglamentación de ocupación má-
 xima de viajeros. Responsabilidades.
 Optimización de espacios en los medios.
 Análisis de los puntos de carga/descarga.
 La documentación de tráfico.
 Normativa reguladora.
 Documentación asociada al medio de transporte.
 Documentación que acompaña a la mercancía.
 Documentación relativa al conductor: permisos, tarjetas.
 Notas e instrucciones técnicas.

Métodos de control de las operaciones de transporte terrestre

Control de las operaciones por carretera.
 Inspección del transporte: funciones, régimen sancionador.
 Identificación de los controles a los que se someten las operaciones por carretera.
 Tacógrafo: características, funcionamiento, finalidad.
 El discograma: características, funcionamiento, finalidad.
 Control de las operaciones por ferrocarril.
 Funciones inspectoras: régimen sancionador.
 Identificación de los controles a los que se someten las operaciones por ferrocarril.
 Informes de control (recorridos y consumos...).
 Estructura y componentes del informe.
 Tipología.
 Información que suministran.
 Elaboración de informes.

Las contingencias del tránsito terrestre

Accidentes, averías, incidentes en transportes especiales.
 Naturaleza.
 Responsabilidades del transportista.
 Sistemas de información.
 Detección de averías.

Los medios y equipos de transporte terrestre

Los vehículos.

Esquemas y diagramas funcionales.

Parámetros que definen la capacidad de los diversos medios.

Características técnicas en relación con el servicio: autonomía, limitaciones de averías típicas.

Parámetros que definen la disponibilidad del servicio.

Tasas de averías.

Tiempo medio entre fallos.

Vida útil del medio.

Inspección y control del estado de los medios.

Informes de mantenimiento.

Elementos que configuran los informes.

Finalidad.

Control del mantenimiento.

Parámetros sometidos a control.

Inspecciones.

Actuaciones.

Instalaciones y equipos auxiliares al transporte.

Naturaleza.

Utilización.

Responsabilidades.

Instalaciones y equipos de seguridad.

Naturaleza.

Utilización.

Responsabilidades.

Normativa reguladora.

Manipulación de mercancías.

Carga y/o descarga.

Procedimientos y métodos de manipulación en función de sus características.

Nuevas tecnologías.

Módulo Profesional 5:

Almacenaje de productos

Asociado a la Unidad de Competencia 3: Organizar y gestionar el proceso de almacenamiento de los suministros de la empresa y de las mercancías de clientes

CAPACIDADES TERMINALES

5.1. Analizar procesos de almacenaje, estimando la organización y distribución interna y el sistema de manipulación para diferentes mercancías y suministros, aplicando la normativa de seguridad e higiene.

5.2. Analizar los procedimientos de gestión de existencias aplicables en la organización de un almacén.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar e interpretar la normativa de seguridad e higiene que se debe aplicar en un determinado tipo de almacén y productos.

Identificar las diferentes zonas de un almacén tipo y describir las características generales de cada una.

Describir las fases esenciales que componen los procesos de almacenamiento de mercancías o suministros.

Describir los criterios económicos y estructurales que se aplican habitualmente en la organización de un almacén.

Analizar las variables que afectan a la organización de un almacén, deduciendo los efectos de cada una de ellas en la planificación de la distribución espacial.

Caracterizar los medios de manipulación más utilizados en el almacenamiento de productos.

Asociar determinados medios y procedimientos de manipulación de mercancías a distintos tipos de productos, de acuerdo con las características físicas de los mismos e instalaciones de un determinado almacén.

A partir de la caracterización de un almacén y de unos determinados productos para almacenar:

Identificar la normativa de seguridad e higiene aplicable.

Determinar la distribución interna (mediante los croquis necesarios) de zonas de productos.

Representar el flujo y la movilidad de productos en el almacén que optimicen el espacio y tiempo.

Describir las características de los puestos de trabajo necesarios en el almacén.

Identificar los medios de manipulación necesarios.

Describir las diferencias en los procedimientos de gestión y control derivados de las características de los distintos tipos de existencias.

Describir las variables que determinan el coste de almacenamiento (costes administrativos, de utilización de espacios, operativos, de obsolescencia y deterioro, financieros,...).

Precisar los criterios de precio de adquisición y coste de producción.

Explicar las diferencias en la estimación del coste de los productos vendidos y de las existencias finales que se producen como consecuencia de la aplicación de los distintos métodos de valoración (PMP, FIFO, LIFO,...).

En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre el valor inicial de diferentes tipos de existencias, costes de almacenamiento y operaciones de producción y compraventa convenientemente caracterizados:

Clasificar las existencias aplicando el método ABC.

Calcular el período medio de almacenamiento y de fabricación.

Aplicar los criterios de precio de adquisición y coste de producción adecuadamente en cada caso.

Valorar las existencias aplicando los métodos PMP, FIFO y LIFO.

Comparar los resultados obtenidos de la aplicación de los diferentes métodos de valoración.

A partir de un supuesto práctico, calcular y representar gráficamente:

El lote económico y el punto de pedido de un producto.

El "stock" de seguridad.

El nivel óptimo de pedido.

“Stock” medio, máximo y mínimo.

A partir de la caracterización de las variables que intervienen en el período de maduración de una empresa y supuesto un retraso en el plazo de recepción de un suministro de mercancías:

Analizar sus efectos en la previsión de existencias y suministro a clientes, deduciendo implicaciones en los costes y argumentando medidas que se deben aplicar para subsanar dicha incidencia.

A partir de unos datos relacionados con las existencias en almacén (número, cantidad, precio,...) determinar los totales de un inventario y presentar los resultados de acuerdo con un criterio de confección de inventarios.

A partir de unas fichas de control de inventarios o de informes de cantidades de existencias que han disminuido:

Determinar los artículos y cantidades necesarias para realizar un pedido en función de:

Cantidades máximas y mínimas de “stock” establecidas.

Velocidad de circulación de los “stocks”.

Consumo anterior para un período dado.

5.3. Analizar la protección física de mercancías en determinadas operaciones de transporte.

Identificar y describir las características de los distintos tipos de embalaje utilizados habitualmente en cada medio de transporte.

Identificar e interpretar la normativa vigente de señalización y rotulado y definir los datos relevantes que deben figurar en una etiqueta para que la mercancía sea fácilmente identificable y se tengan en cuenta sus características durante la manipulación.

Identificar las principales normas y recomendaciones que regulan las características, composición, dimensiones y sistemas de envases y embalajes.

En un proceso de homologación o normalización de una mercancía y certificación del embalaje, esquematizar el procedimiento que hay que seguir, interpretando la normativa aplicable.

Describir las distintas formas y medios que se utilizan actualmente de agrupación de embalajes, que facilitan la manipulación en las terminales de transporte.

Analizar la incidencia que tiene el transporte, manipulación y almacenamiento de las mercancías en la selección del embalaje, deduciendo los condicionamientos y prácticas habituales en la protección física de las mercancías.

A partir de una simbología internacional de etiquetado y unos productos determinados, asociar la etiqueta adecuada a cada uno de ellos.

A partir de una operación de transporte en la que definen características de la mercancía, medio de transporte y operaciones de manipulación y almacenamiento:

Identificar y explicar los parámetros fundamentales que se deben tener en cuenta para determinar el envase y embalaje.

Identificar e interpretar las normas o recomendaciones aplicables.

Seleccionar el embalaje y señalización adecuada.

5.4. Analizar incidencias dentro del proceso de almacenaje de productos y aplicar procedimientos para resolverlas.

Describir incidencias más comunes que pueden presentarse en almacén.

Describir el procedimiento general que se debe seguir en la devolución de mercancías y explicar las repercusiones que se derivan.

A partir de la caracterización de las variables que intervienen en el período de maduración de una empresa y supuesto un retraso en el plazo de recepción de un suministro de mercancías:

Analizar sus efectos en la previsión de existencias y suministro a clientes, deduciendo implicaciones en los costes y argumentando medidas que se deban aplicar para subsanar dicha incidencia.

5.5. Interpretar la normativa que regula los distintos tipos de regímenes de almacenamiento en comercio internacional.

Definir los principales aspectos que caracterizan un depósito aduanero, una zona y depósito franco, y un local autorizado.

Identificar la normativa que regula los regímenes de almacenamiento de mercancías.

Diferenciar depósitos aduaneros públicos, privados y ficticios.

Explicar los registros que deben cumplir los principales tipos de depósitos aduaneros respecto a la autorización para el establecimiento de los mismos.

Describir el funcionamiento de un depósito aduanero.

Definir las formalidades y trámites para la introducción de la mercancía en los distintos regímenes de almacenamiento.

5.6. Utilizar adecuadamente los distintos paquetes informáticos destinados a la gestión de almacenes.

Integrar la información de un almacén tipo de diferentes bases de datos.

Acceder a la información almacenada en el programa informático.

Describir las funciones que integran las distintas aplicaciones que se pueden utilizar en un sistema de gestión de almacenes.

Dados unos datos relacionados con la gestión de un almacén:

Introducirlos correctamente en una determinada aplicación informática, obteniendo una información.

Interpretar la información obtenida.

A partir de la información existente en los distintos programas informáticos, integrar datos, texto y gráficos de modo que se presente la información tratada de manera adecuada.

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Organización de almacenes

Etapas de planificación.

Necesidades de almacenaje.

Necesidades de capacidad.

Diseño físico del almacén.

Flujo de materiales y medios de manipulación.

Instalaciones.

División del almacén.

Por zonas.

Por mercancías.

Distribución y manipulación de mercancías en el almacén.

Normas para la colocación de mercancías.

Criterios de distribución.

Localización de mercancías en almacén.

Conservación/mantenimiento de mercancías.

Medios de manipulación de mercancías.

Costes de almacenamiento.

Variables que intervienen en el cálculo de costes de almacenamiento.

Tipología de los costes.

Cálculo de costes.

Tratamiento de devoluciones.

Costes afectos a las devoluciones.

Sistemas de información.

Evaluación de las causas.

Sistemas de almacenaje

Tipología.

Sistema compacto.

Sistema dinámico.

Sistema convencional.

Bloques apilados.

Análisis de los sistemas en función del producto, servicio, coste.

Cálculo del coste de aplicación del sistema.

Naturaleza.

Elementos del coste.

Diseño del sistema.

Espacio.

Mercancías.

Normativa de seguridad e higiene en almacenes.

Políticas de “stock”

La gestión de “stock”.

Niveles de “stock”.

Clases de “stock” según su finalidad.

Niveles de reposición.

El lote económico.

Punto de pedido óptimo.

Inventarios.

Asignación de “stock” entre almacenes de una red logística.

Clasificación ABC de productos.

Coste de rotura de “stock”.

Campana de Gauss.

Factores que afectan al punto de reposición.

Identificación de necesidades.

Elementos que intervienen en el cálculo.

Optimización de costes.

Pedidos y expediciones.

Entrada de pedidos.

Control económico.

Reserva del producto.

Gestión de la preparación del pedido.

Expedición.

Control de incidencias.

Regímenes de almacenamiento en comercio internacional

Depósitos aduaneros.

Naturaleza.

Tipología.

Públicos.

Privados.

Ficticios.

Normativa reguladora.

Zonas y depósitos francos.
Naturaleza.
Normativa reguladora.
Locales autorizados.
Naturaleza.
Normativa reguladora.

Gestión del embalaje

Función del embalaje.
Protección.
Conservación.
Manejabilidad.
Tipología.
Bala.
Atados.
Cajas.
Contenedores.
Factores que determinan la selección del embalaje.
Medio de transporte.
Mercancía.
Destino del producto.
Coste.
Normas técnicas.
Señalización y rotulado.
Funciones.
Normativa.
Materiales del embalaje.
Tipología.
Selección del material.

Normativa de seguridad e higiene en almacenes

Instalaciones.
Generales.
Específicas.
Distribución de zonas.
Superficies.
Situación.
Ubicación de mercancías.
Naturaleza.
Compatibilidades.
Mantenimiento, conservación.
Métodos.
Instrumentos.

Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes

Módulo Profesional 6:

Comercialización del servicio de transporte

Asociado a la Unidad de Competencia 4: Realizar la comercialización de los distintos servicios de transporte de mercancías y de viajeros

CAPACIDADES TERMINALES

6.1. Relacionar el valor de las variables económicas y comerciales con los efectos que producen en el objeto de un determinado estudio comercial.

6.2. Definir procedimientos para obtener información relevante en la realización de estudios de mercados relacionados con servicios de transporte.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Enumerar y definir las magnitudes macroeconómicas más relevantes y explicar sus efectos en la economía nacional.

Definir las principales variables microeconómicas y comerciales que pueden afectar a la economía nacional y a un determinado sector.

A partir de un supuesto práctico en el que se fija el objeto de un estudio de mercado convenientemente caracterizado:

Seleccionar las variables macro/micro-económicas y comerciales que tengan efectos en el estudio.

Relacionar, mediante una fórmula, las variables preseleccionadas, explicar dicha relación y la influencia o efectos que pueden causar unas variables sobre otras.

Dadas una serie de macromagnitudes interrelacionadas, explicar los efectos que producen sus variaciones en el desarrollo de un estudio comercial.

Dada una serie histórica de demanda de un servicio de transporte, convenientemente caracterizada:

Aplicar el método de ajuste estadístico más adecuado.

Calcular la tendencia de la demanda del servicio.

Obtener la demanda prevista del servicio para un período determinado.

Describir los rasgos característicos de las técnicas de investigación de mercados más utilizadas en la prospección de mercados.

Explicar el concepto de fuente primaria, secundaria, directa e indirecta y definir procedimientos para obtener información de las mismas.

A partir de unos datos convenientemente caracterizados relativos a magnitudes económicas y comerciales que suministran información del sector transporte:

Aplicar los estadísticos que suministren información sobre la situación del sector transporte.

Interpretar y analizar estadísticamente los resultados obtenidos, deduciendo conclusiones.

Aplicar los programas informáticos adecuados.

Dado un segmento de mercado claramente caracterizado y un objetivo comercial:

Definir la muestra representativa del segmento de mercado definido.

Diseñar una encuesta con la que se recojan datos fundamentales para el estudio.

Utilizar aplicaciones informáticas adecuadas.

A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se precisa una determinada información para la prospección de un mercado:

Identificar las fuentes de información secundarias y los procedimientos de acceso a las mismas.

Seleccionar la fuente de información secundaria que puede proporcionar el valor más fiable de las variables definidas.

Confeccionar un formato para la recogida de datos que se adapte a las necesidades de información.

6.3. Elaborar planes de acción de ventas que relacionen todos los factores que intervienen y se adapten a unos objetivos previamente definidos.

Describir los principales aspectos que deben intervenir en un plan de ventas.
 Describir las fases fundamentales que componen los procesos de venta.
 Definir los métodos y criterios de selección de personal más utilizados en el reclutamiento de vendedores.

A partir de un supuesto plan y presupuesto de marketing y de un supuesto mercado convenientemente caracterizado:

Interpretar los objetivos establecidos para las ventas.

Señalar zonas geográficas dentro de la demarcación definida por el plan, por encima y por debajo del potencial de compra y tipos de clientes comprendidos en estos límites.

Deducir el tamaño del equipo de ventas para los objetivos previstos.

Establecer objetivos de venta por cliente, por zonas, por producto, por tamaño del producto, por meses o por ciclo de vida y por vendedor.

Calcular el nº de visitas por vendedor, día y cliente en función de la cartera de productos.

Confeccionar rutas para los vendedores evaluando los costes de desplazamiento por zonas y tiempos muertos.

Razonar el grado de ajuste conseguido del plan de acción al plan y presupuesto de marketing.

6.4. Analizar y aplicar métodos adecuados en la negociación de las condiciones de contratación de servicios de transporte.

Explicar las diferentes etapas de un proceso de negociación de las condiciones de contratación de servicios de transporte.

Identificar y describir las técnicas de negociación más utilizadas en la contratación de servicios de transporte.

Distinguir e interpretar las cláusulas que son facultativas en un contrato de servicio de transporte.

Distinguir entre la acción de vender y la acción de negociar.

Interpretar la normativa mercantil que regula los contratos de servicios.

En la simulación de una entrevista/contacto con un cliente para iniciar negociaciones:

Caracterizar al interlocutor para establecer las pautas del comportamiento durante el proceso de negociación.

Utilizar la técnica de negociación adecuada a la situación definida.

A partir de unos datos, establecer un plan de negociación de venta que contemple los siguientes aspectos:

Estimar las necesidades, bazas y debilidades respectivas.

Identificar los principales aspectos de la negociación.

Precisar las concesiones mutuas, su coste y su valor por ambas partes.

Sintetizar la secuencia del plan.

Predecir las probables posturas del cliente y preparar las posturas propias del vendedor.

Explicar los límites en la negociación.

Definir los principales parámetros que configuran una oferta presentada a un cliente.

6.5. Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento a clientes.

Identificar las innovaciones tecnológicas que aparecen en los procesos de comunicación.

Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de información y atención a clientes.

Describir las fases que componen una entrevista personal con fines comerciales.

En una supuesta conversación telefónica con un cliente:

Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.

Adaptar su actitud y discurso a la situación de la que se parte.

Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.

Dado un tema concreto para exponer:

Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores.

En una situación simulada de atención a un cliente:

Analizar el comportamiento del cliente y caracterizarlo.

Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor.

A partir de un supuesto de solicitud o transmisión de información a un cliente, elaborar un escrito que observe el tratamiento adecuado y que esté redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.

6.6. Analizar distintas acciones publi-promocionales que pueden desarrollarse para comercializar servicios de transporte.

Describir los distintos tipos de publicidad, medios, soportes y formas publicitarias más utilizadas en la práctica comercial habitual.

Identificar e interpretar el marco jurídico e institucional regulador de la publicidad.

Explicar los objetivos generales de la publicidad y las implicaciones que puede suponer en la actividad comercial.

Describir las principales técnicas psicológicas que se aplican en el diseño de una actividad publicitaria.

Explicar las diferencias fundamentales entre publicidad y promoción.

Definir los principales métodos que se aplican habitualmente en la asignación de recursos financieros a un presupuesto publicitario.

Identificar y describir los medios promocionales más utilizados en los departamentos comerciales de empresas de servicios.

Definir las variables que es preciso controlar en una campaña publi-promocional para alcanzar un resultado óptimo.

Analizar los principales métodos de medición de la eficacia publicitaria, explicando ventajas e inconvenientes.

En un supuesto práctico convenientemente caracterizado de comercialización de un servicio de transporte:

Analizar alguno de los medios promocionales que se adecuan al supuesto definido, valorando costes y beneficios.

Seleccionar un medio de promoción adecuado, explicando efectos psicológicos que pueden producir en el consumidor.

Definir el contenido y forma del mensaje promocional.

6.7. Definir sistemas de recogida y tratamiento de datos que se generan en situaciones de comercialización de servicios de transporte aplicando técnicas de organización de la información y utilizando, si procede, programas informáticos que faciliten las operaciones.

Acceder a la información almacenada en programas informáticos.

Integrar la información procedente de procesos comerciales en diferentes bases de datos.

Definir las técnicas de archivo más utilizadas en el desarrollo de la actividad comercial.

Identificar los datos esenciales que figuran en un fichero maestro de clientes.

Diseñar un cuestionario de recogida de información de la "fuerza de ventas" que detalle los principales parámetros que caracterizan el desarrollo de las operaciones de venta, utilizando el programa informático adecuado.

A partir de unos datos relativos a distintas operaciones de venta de un servicio de transporte:

Confecionar el fichero maestro de clientes seleccionando y estructurando la información relevante de la operación y utilizando programas informáticos.

A partir de la información existente en distintos programas informáticos, integrar datos, textos y gráficos presentando la información de acuerdo con formatos requeridos.

6.8. Definir planes de formación o motivación para la “fuerza de ventas”.

Identificar los parámetros esenciales que deben intervenir en un plan formativo de “fuerza de ventas”.

Definir las principales técnicas y métodos pedagógicos que se aplican en formación.

Describir las técnicas más utilizadas de evaluación del grado de aprovechamiento de la formación.

Describir los métodos habitualmente utilizados para motivar a la “fuerza de ventas”.

A partir de un supuesto práctico en el que se detalla la descripción de la competencia profesional requerida en el empleo de un equipo de ventas y de un presupuesto originado, determinar:

Objetivos de la formación.

Contenidos de la formación.

Perfil de los colaboradores y expertos.

Metodología que se va a utilizar en la formación.

Temporalización.

Materiales didácticos necesarios, características del lugar de impartición de la formación y acondicionamiento.

Presupuesto del plan.

A partir de un plan de acción de ventas y la descripción de unas actuaciones y resultados obtenidos por un equipo de ventas que no alcanzan los objetivos previstos:

Elaborar un plan de actuación que induzca aspectos de motivación, perfeccionamiento, métodos, temporalización y en general las acciones necesarias para alcanzar los objetivos del plan de ventas definido.

6.9. Aplicar métodos de control en los procesos de venta de servicios de transporte.

Describir las incidencias más comunes que pueden originarse en procesos de venta de servicios de transporte.

Describir los métodos que habitualmente se utilizan para evaluar la eficacia de la fuerza de ventas.

En un caso práctico de anomalía detectada en la venta de un servicio de transporte convenientemente caracterizado, explicar posibles medidas que hay que adoptar para su resolución.

En un caso práctico de ineficacia de un equipo de ventas en el desarrollo de los procesos de venta, describir posibles medidas y procedimientos que se deben aplicar para mejorar la rentabilidad y optimizar el rendimiento del equipo.

CONTENIDOS (Duración 220 horas)

La investigación de mercados

Los objetivos de la investigación.

Las variables cuantitativas y cualitativas.

Fuentes de información: internas y externas.

Los métodos de investigación de mercados.

Obtención de información: muestra, diseño de encuestas.

Aplicación de la estadística a la investigación de mercados.

Probabilidad.

Estimación estadística.

Planes de venta

Planificación del sistema de ventas.

Fases.

Métodos.

Objetivos de venta.

Naturaleza.

VARIABLES QUE AFECTAN A LOS OBJETIVOS DE VENTA.

Organización del sistema de ventas.

Diseño de la red y territorio de ventas.

Planificación de visitas.

Tamaño y asignación de los equipos de venta.

El equipo de ventas

Funciones, características y finalidad de la venta personal.

Naturaleza de la venta personal.

Procedimientos.

Composición y organización del equipo.

Tipología de los miembros del equipo.

Estructura, jerarquía.

Estructura de los flujos de información.

Reclutamiento, formación y motivación del equipo de ventas.

Perfiles de los vendedores.

Objetivos de la formación.

Métodos de motivación

El proceso de negociación comercial en la venta de servicios

Prospección.

Entorno de las relaciones comerciales.

La venta de servicios.

Preparación de la negociación.

Análisis del proceso.

Planificación de la negociación.

Componentes básicos de la negociación.

Fases.

Desarrollo de la negociación.

Diálogo.

Persuasión.

Objeto.

Conclusión, acuerdo.

Exposición de posturas.

Vendedor.

Comprador.

Técnicas de negociación.

Tipología del cliente.

Tipología del servicio de transporte.

Ambiente.

Consolidación de la negociación.

Puntos de acuerdo.

Momento del cierre.

Problemas al cierre.

La comunicación	Procesos de comunicación. Actitudes y técnicas en la comunicación. La información telefónica y presencial.
Elementos constitutivos del precio de venta	Tarifas. Costes que intervienen en el precio de venta. Descuentos, márgenes, “rappels”. Cálculo del precio de venta.
Políticas de comunicación en el marketing de servicios	La publicidad: objetivos, presupuesto, el mensaje, los medios. Relaciones públicas. Concepto y fines. Características. Presupuesto. Instrumentos. La promoción. Concepto y objetivos. Herramientas promocionales. Presupuesto.
Sistemas de gestión y tratamiento de la información	Técnicas de archivo. Naturaleza. Finalidad del archivo. Elaboración de ficheros maestros. Clientes. Formatos, elementos. Aplicación de programas de gestión comercial.
Control de los procesos de venta	Tratamiento de anomalías en los procesos de venta de servicios de transporte. Evaluación y control del equipo de ventas.

2.3. MÓDULOS PROFESIONALES TRANSVERSALES

Módulo Profesional 7:

Aplicaciones informáticas de propósito general

CAPACIDADES TERMINALES

7.1. Interpretar las funciones básicas de los elementos lógicos y físicos que componen un sistema informático.

7.2. Aplicar, como usuario, las utilidades, funciones y procedimientos de un sistema operativo monousuario.

7.3. Aplicar los comandos o instrucciones necesarios para la realización de operaciones básicas con un sistema conectado en red de área local.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar las funciones básicas de la unidad central de proceso y de los equipos periféricos, relacionándolas con las fases comunes de un proceso de datos.

Distinguir las funciones básicas de la memoria interna, precisando la incidencia de su capacidad de almacenamiento en las prestaciones del sistema informático.

Clasificar los equipos periféricos utilizados habitualmente según su función en el proceso de datos.

Distinguir las características básicas de los distintos soportes de archivo utilizados habitualmente en el segmento de ordenadores personales.

Describir las características generales de algunos modelos tipo en el mercado de ordenadores personales.

Precisar el concepto de "byte" y definir sus múltiplos.

Definir el concepto de programa.

Precisar los conceptos de registro y archivo informático.

Explicar el concepto de aplicación informática y enumerar las utilidades tipo en la gestión empresarial.

A partir de un caso práctico sobre un sistema informático del que se dispone de un software instalado y de su documentación básica, identificar:

El "hardware" del sistema.

El sistema operativo y sus características.

La configuración del sistema.

Las aplicaciones instaladas.

Los soportes de información utilizados por el sistema.

Explicar estructura, funciones y características básicas de un sistema operativo monousuario.

Instalar un sistema operativo monousuario.

Precisar el concepto de comando, distinguiendo entre comandos internos y externos.

Poner en funcionamiento el equipo informático y verificar los distintos pasos que tienen lugar identificando las funciones de carga del sistema operativo.

A partir de supuestos prácticos: manejar las utilidades, funciones y procedimientos del sistema operativo, justificando la sintaxis o, en su caso, el protocolo de operación.

Crear ficheros que manejen órdenes del sistema operativo.

Describir las funciones básicas del servidor de red.

Explicar la sintaxis relativa a los comandos e instrucciones básicas del sistema operativo de red.

En un caso práctico, realizar, a través del sistema operativo de red, operaciones de copia, actualización y transmisión de la información almacenada previamente en el disco duro del servidor.

7.4. Manejar, como usuario un procesador de texto, una hoja de cálculo y una base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

Distinguir, identificar y explicar la función de las aplicaciones de: procesador de textos, hoja de cálculo y base de datos.

Instalar adecuadamente las aplicaciones informáticas en el sistema operativo.

Acceder a las aplicaciones de tratamiento de textos, hojas de cálculo y base de datos, a través de procedimientos definidos.

A partir de supuestos prácticos:

Manejar el procesador de texto, utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para la edición, recuperación, modificación, almacenamiento, integración... de textos.

Manejar hojas de cálculo utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el tratamiento de datos.

Manejar bases de datos utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.

Intercambiar datos o información entre aplicaciones de tratamiento de textos, hoja de cálculo y bases de datos.

Elaborar, copiar, transcribir y cumplimentar información y documentación.

Realizar copias de seguridad de los paquetes de aplicación y de la información manejada aplicando las instrucciones reflejadas en los manuales.

Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

A partir de casos prácticos:

Interpretar los procedimientos de seguridad, protección e integridad establecidos en el sistema.

Aplicar los procedimientos anteriores desde el sistema operativo, desde el "hardware" y/o desde una aplicación.

Detectar fallos en los procedimientos de seguridad y protección establecidos y utilizados.

Argumentar y proponer soluciones.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

Introducción a la informática.

Procesos de datos e informática.

Diferencias entre datos e información.

Funciones y fases de un proceso de datos tipo.

Proceso electrónico de datos.

Elementos del "hardware".

Estructura modular del sistema físico.

Unidad Central de Proceso.

Concepto de "bus" e "interface".

Equipos periféricos.

Unidades y soportes físicos.

Periféricos de entrada.

Periféricos de salida.

Representación interna de datos.

Concepto de "bit".

Sistemas de codificación de caracteres.

Concepto y múltiplos del "byte".

Archivos y registros.

Elementos del "software".

Concepto de programa.

Lenguaje máquina y lenguajes de alto nivel: conceptos básicos.
Programas de usuario: aplicaciones.

Sistemas operativos.

Funciones básicas de un sistema operativo.
Sistemas operativos monousuario y multiusuario.
Utilización de sistemas operativos monousuario.
Comandos del sistema operativo.
Creación de ficheros "batch".
Configuración y carga del sistema operativo.
Procedimientos de protección de información.
Entornos de usuario.
Utilización de entorno de usuario.
Estructura y funciones del entorno de usuario.
Procedimientos de trabajo e impresión.

Redes locales.

Tipos básicos de redes de área local.
Componentes físicos de redes locales.
Servidores.
Estaciones de trabajo.
Periféricos.
Conexiones.
Sistema operativo de redes locales.
Utilidades básicas del supervisor o administrador.
Utilidades de usuario.

Procesadores de texto.

Estructura y funciones de un procesador de textos.
Instalación y carga de procesadores de texto.
Diseño de documentos.
Formato de documento.
Formato de línea.
Formato de página.
Formato de columnas.
Tablas: formato de columnas y celdas.
Edición de textos.
Funciones de edición.
Procedimientos de escritura, inserción y borrado de textos.
Procedimientos de búsqueda y sustitución de textos.
Operaciones con bloques de texto.
Procedimientos para enfatizar textos.
Numeración automática de líneas. Cabeceras y notas a pie de página.
Procedimientos de trabajo con varios textos.
Inserción de gráficos.
Correctores ortográficos y diccionario de sinónimos.
Gestión de archivos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de archivos de texto.

Ejecución de órdenes del sistema operativo desde el procesador de textos.

Procedimientos de protección de archivos.

Impresión de textos.

Control de impresión.

Configuración de la impresora.

Procedimientos de impresión de textos.

Procedimientos de impresión de archivos.

Creación de índices y sumarios.

Interoperaciones con otras aplicaciones.

Hojas de cálculo.

Estructura y funciones de una hoja de cálculo.

Instalación y carga de hojas de cálculo.

Diseño de hojas de cálculo.

Capacidad de la hoja de trabajo.

Formato de la hoja de trabajo: filas, columnas y celdas.

Formato de datos.

Formatos por omisión.

Procedimientos para relacionar filas, columnas y celdas.

Procedimientos para establecer rangos.

Edición de hojas de cálculo.

Procedimientos de introducción de datos.

Procedimientos de movimiento de datos.

Procedimientos de cálculo.

Procedimientos de presentación.

Procedimientos de utilización de fórmulas.

Procedimientos de trabajo con varias hojas de cálculo.

Gestión de archivos.

Procedimientos de búsqueda y recuperación de hojas de cálculo.

Procedimientos de grabación de hojas de cálculo.

Impresión de hojas de cálculo.

Control de impresión.

Procedimientos de impresión de hojas de trabajo.

Procedimientos de impresión de archivos.

Procedimientos de impresión de fórmulas.

Procedimientos de impresión de gráficos.

Utilización de macros.

Representación gráfica de hojas de cálculo.

Interoperaciones con otras aplicaciones.

Bases de datos.

Estructura y funciones de una base de datos.

Tipos de bases de datos.

Bases de datos documentales.

Instalación y carga de una base de datos.

Diseño de bases de datos.

Utilización de bases de datos.

Procedimientos de búsqueda y recuperación de archivos y registros.

- Procedimientos de grabación de información.
- Procedimientos de modificación y borrado de archivos y registros.
- Procedimientos de consulta.
- Procedimientos de impresión.
- Procedimientos de protección de datos.
- Interoperaciones con otras aplicaciones.

Aplicaciones gráficas y de autoedición

- Estructura y funciones de programas gráficos y de autoedición.
- Instalación y carga de aplicaciones gráficas y de autoedición.
- Tipos de gráficos soportados.
- Procedimientos de diseño de gráficos.
- Procedimientos de presentación de gráficos.
- Procedimientos de integración de gráficos en documentos.
- Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de gráficos.
- Procedimientos de protección de datos.
- Interoperaciones con otras aplicaciones.

Paquetes integrados

- Objetivos y funciones de programas integrados.
- Instalación y carga de paquetes integrados.
- Modularidad de paquetes integrados.
- Procedimientos de importación-exportación.

Módulo Profesional 8: Lengua extranjera

CAPACIDADES TERMINALES

8.1. Comunicarse oralmente con un interlocutor en lengua extranjera interpretando y transmitiendo la información necesaria para establecer los términos que delimiten una relación profesional dentro del sector.

8.2. Interpretar información escrita en lengua extranjera en el ámbito económico, jurídico y financiero propio del sector, analizando los datos fundamentales para llevar a cabo las acciones oportunas.

8.3. Redactar y/o cumplimentar documentos e informes propios del sector en lengua extranjera con corrección, precisión, coherencia y cohesión, solicitando y/o facilitando una información de tipo general o detallada.

8.4. Analizar las normas de protocolo del país del idioma extranjero, con el fin de dar una adecuada imagen en las relaciones profesionales establecidas con dicho país.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

A partir de una conversación telefónica simulada:

Pedir información sobre un aspecto puntual de una actividad propia del sector, aplicando las fórmulas establecidas y utilizando el léxico adecuado.

Dar la información requerida escogiendo las fórmulas y léxico necesarios para expresarla con la mayor precisión y concreción.

A partir de un mensaje grabado relacionado con una actividad profesional habitual del sector, identificar los datos claves para descifrar dicho mensaje.

Dada una supuesta situación de comunicación cara a cara:

Pedir información sobre un aspecto puntual de una actividad propia del sector definiendo de entre las fórmulas preestablecidas las más adecuadas.

Dar información sobre un aspecto puntual de una actividad propia del sector definiendo de entre las fórmulas preestablecidas las más adecuadas.

En una simulada reunión de trabajo:

Interpretar la información recibida.

Transmitir dicha información seleccionando el registro adecuado.

Ante una publicación periódica de uno de los países de la lengua extranjera, seleccionar la sección o secciones relacionadas con el sector, identificando correctamente la terminología.

A partir de un texto legal auténtico del país de la lengua extranjera, identificar las normas jurídicas vigentes que afecten al sector.

Dado un texto informativo en lengua extranjera sobre el sector profesional:

Buscar datos claves de dicha información.

Clasificar los datos según su importancia dentro del sector.

Sintetizar el texto.

Traducir con exactitud cualquier escrito referente al sector profesional.

A partir de unos datos supuestos, cumplimentar documentos comerciales y de gestión específicos del sector.

Redactar una carta:

Aplicando los aspectos formales exigidos en una situación profesional concreta.

Utilizando las fórmulas preestablecidas en el sector.

Organizando la información que se desea dar relacionada con el sector.

Basándose en datos recibidos en distintos contextos (conferencia, documentos, seminario, reunión), elaborar un informe claro, conciso y preciso según su finalidad y/o destinatario, Utilizando estructuras y nexos preestablecidos.

En una supuesta conversación telefónica, observar las debidas normas de protocolo para identificar al interlocutor o identificarse, filtrar la llamada, informar o informarse, dando una buena imagen de empresa.

Ante una supuesta estancia de carácter profesional en el país del idioma extranjero, organizar dicha estancia teniendo en cuenta:

Las costumbres horarias.

Los hábitos profesionales.

Las normas de protocolo que rigen en dicho país.

Ante una supuesta visita a una empresa extranjera:

Presentarse

Informar e informarse

utilizando el lenguaje con corrección y propiedad, y observando las normas de comportamiento que requiera el caso, de acuerdo con el protocolo profesional establecido en el país.

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Uso de la lengua oral

Conversaciones, debates y exposiciones relativas a situaciones de la vida profesional y a situaciones derivadas de las diferentes actividades del sector empresarial.

Terminología específica.

Fórmulas y estructuras hechas, utilizadas en la comunicación oral.

Aspectos formales (actitud profesional adecuada al interlocutor de lengua extranjera).

Aspectos funcionales.

Intervención de forma espontánea y personal en diálogos dentro de un contexto.

Utilización de fórmulas pertinentes de conversación en una situación profesional.

Extracción de información específica propia del sector para construir una argumentación.

Uso de la lengua escrita

Documentos visuales, orales y escritos relacionados con aspectos profesionales.

Terminología específica.

Elementos morfosintácticos (estructura de la oración, tiempos verbales, nexos y subordinación, formas impersonales, voz pasiva, etc.) de acuerdo con el documento que se pretenda elaborar.

Fórmulas y estructuras hechas, utilizadas en la comunicación escrita.

Aspectos socioprofesionales

Elementos socioprofesionales más significativos del país de la lengua extranjera.

Normas socioprofesionales y protocolarias en las relaciones internacionales.

Recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional para proyectar una buena imagen de empresa.

Módulo Profesional 9: Relaciones en el entorno de trabajo

CAPACIDADES TERMINALES

9.1. Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación en su medio laboral para recibir y emitir instrucciones e información, intercambiar ideas u opiniones, asignar tareas y coordinar proyectos.

9.2. Afrontar los conflictos que se originen en el entorno de su trabajo, mediante la negociación y la consecución de la participación de todos los miembros del grupo en la detección del origen del problema, evitando juicios de valor y resolviendo el conflicto, centrándose en aquellos aspectos que se puedan modificar.

9.3. Tomar decisiones, contemplando las circunstancias que obligan a tomar esa decisión y teniendo en cuenta las opiniones de los demás respecto a las vías de solución posibles.

9.4. Ejercer el liderazgo de una manera efectiva en el marco de sus competencias profesionales adoptando el estilo más apropiado en cada situación.

9.5. Conducir, moderar y/o participar en reuniones, colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar el tipo de comunicación utilizado en un mensaje y las distintas estrategias utilizadas para conseguir una buena comunicación.

Clasificar y caracterizar las distintas etapas de un proceso comunicativo.

Distinguir una buena comunicación que contenga un mensaje nítido de otra con caminos divergentes que desfiguren o enturbien el objetivo principal de la transmisión.

Deducir las alteraciones producidas en la comunicación de un mensaje en el que existe disparidad entre lo emitido y lo percibido.

Analizar y valorar las interferencias que dificultan la comprensión de un mensaje.

Definir el concepto y los elementos de la negociación.

Identificar los tipos y la eficacia de los comportamientos posibles en una situación de negociación.

Identificar estrategias de negociación relacionándolas con las situaciones más habituales de aparición de conflictos en la empresa.

Identificar el método para preparar una negociación teniendo en cuenta las fases de recogida de información, evaluación de la relación de fuerzas y previsión de posibles acuerdos.

Identificar y clasificar los posibles tipos de decisiones que se pueden utilizar ante una situación concreta.

Analizar las circunstancias en las que es necesario tomar una decisión y elegir la más adecuada.

Aplicar el método de búsqueda de una solución o respuesta.

Respetar y tener en cuenta las opiniones de los demás, aunque sean contrarias a las propias.

Identificar los estilos de mando y los comportamientos que caracterizan cada uno de ellos.

Relacionar los estilos de liderazgo con diferentes situaciones ante las que puede encontrarse el líder.

Estimar el papel, competencias y limitaciones del mando intermedio en la organización.

Enumerar las ventajas de los equipos de trabajo frente al trabajo individual.

Describir la función y el método de la planificación de reuniones, definiendo, a través de casos simulados, objetivos, documentación, orden del día, asistentes y convocatoria de una reunión.

Definir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.

Describir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.

Identificar la tipología de participantes.

Describir las etapas del desarrollo de una reunión.

Enumerar los objetivos más relevantes que se persiguen en las reuniones de grupo.

Identificar las diferentes técnicas de dinamización y funcionamiento de grupos.

Descubrir las características de las técnicas más relevantes.

9.6. Impulsar el proceso de motivación en su entorno laboral, facilitando la mejora en el ambiente de trabajo y el compromiso de las personas con los objetivos de la empresa.

Definir la motivación en el entorno laboral.

Explicar las grandes teorías de la motivación.

Identificar las técnicas de motivación aplicables en el entorno laboral.

En casos simulados seleccionar y aplicar técnicas de motivación adecuadas a cada situación.

CONTENIDOS (Duración 65 horas)

La comunicación en la empresa

Producción de documentos en los cuales se contengan las tareas asignadas a los miembros de un equipo.

Comunicación oral de instrucciones para la consecución de unos objetivos.

Tipos de comunicación.

Oral/escrita.

Formal/informal.

Ascendente/descendente/horizontal.

Etapas de un proceso de comunicación.

Emisores, transmisores.

Canales, mensajes.

Receptores, decodificadores.

“Feedback”.

Redes de comunicación, canales y medios.

Dificultades/barreras en la comunicación.

El arco de distorsión.

Los filtros.

Las personas.

El código de racionalidad.

Recursos para manipular los datos de la percepción.

Esteriotipos.

Efecto halo.

Proyección.

Expectativas.

Percepción selectiva.

Defensa perceptiva.

La comunicación generadora de comportamientos.

Comunicación como fuente de crecimiento.

El control de la información. La información como función de dirección.

Negociación

Concepto y elementos.

Estrategias de negociación.

Estilos de influencia.

Solución de problemas y toma de decisiones

Resolución de situaciones conflictivas originadas como consecuencia de las relaciones en el entorno de trabajo.

Proceso para la resolución de problemas.

Enunciado.

Especificación.

Diferencias.

Cambios.

Hipótesis, posibles causas.

Causa más probable.

Factores que influyen en una decisión.

La dificultad del tema.

Las actitudes de las personas que intervienen en la decisión.

Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupo.

Consenso.

Mayoría.

Fases en la toma de decisiones.

Enunciado.

Objetivos, clasificación.

Búsqueda de alternativas, evaluación.

Elección tentativa.

Consecuencias adversas, riesgos.

Probabilidad, gravedad.

Elección final.

Estilos de mando

Dirección y/o liderazgo.

Definición.

Papel del mando.

Estilos de dirección.

“Laissez-faire”.

Paternalista.

Burocrático.

Autocrático.

Democrático.

Teorías, enfoques del liderazgo.

Teoría del “gran hombre”.

Teoría de los rasgos.

Enfoque situacional.

Enfoque funcional.

Enfoque empírico.

Etc.

La teoría del liderazgo situacional de Paul Hersay.

Conducción/dirección de equipos de trabajo

Aplicación de las técnicas de dinamización y dirección de grupos.

Etapas de una reunión.

Tipos de reuniones.

Técnicas de dinámica y dirección de grupos.

Tipología de los participantes.

Preparación de la reunión.

Desarrollo de la reunión.
Los problemas de las reuniones.

**La motivación en el entorno
laboral**

Definición de la motivación.
Principales teorías de motivación.
McGregor.
Maslow.
Stogdell.
Herzberg.
McClelland.
Teoría de la equidad.
Etc.
Diagnóstico de factores motivacionales.
Motivo de logro.
"Locus control".

2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO

CAPACIDADES TERMINALES

● Realizar gestiones administrativas necesarias para el desarrollo de las actividades de transporte de mercancías y viajeros.

● Realizar acciones de planificación de la explotación del servicio de transporte terrestre de mercancías y viajeros bajo la supervisión correspondiente.

● Desarrollar procesos de gestión de almacenamiento de acuerdo con la normativa vigente, especificaciones recibidas y procedimientos establecidos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Obtener y mantener vigentes los permisos y documentación requeridos para la explotación de la flota dentro de los plazos de revisión e inspección previstos por la normativa vigente.

Realizar un estudio sobre la rentabilidad de una línea de transporte y proponer, si es necesario, medidas que mejoren el servicio.

Obtener y tramitar en tiempo y forma los certificados o documentos requeridos en transporte nacional e internacional realizando las gestiones necesarias ante los organismos oficiales.

Identificar organismos oficiales con competencias para expedir y tramitar documentos necesarios en operaciones de transporte.

Elaborar los albaranes o facturas, realizando los cálculos oportunos con todos los parámetros que intervienen en el servicio prestado al cliente, y aplicando correctamente el gravamen fiscal correspondiente.

Obtener información sobre ofertas de seguro que se adapten a las necesidades del servicio realizando los contactos oportunos con las compañías y a través de procedimientos establecidos.

Aplicar programas informáticos para la obtención y tratamiento adecuado de la información.

Mantener contactos puntuales en lengua inglesa cuando las operaciones de transporte internacional lo requieran.

Obtener e interpretar correctamente la información del departamento de mantenimiento sobre disponibilidad y tasa de utilización de la flota y recursos humanos.

Identificar la seguridad vial de las rutas e itinerarios aplicable a la operación.

Establecer, en operaciones sencillas, rutas, itinerarios y horarios para una línea de transporte regular y/o discrecional, optimizando su rentabilidad y garantizando la calidad del servicio.

Determinar las características y volumen de recursos humanos y materiales que conviene tener en reserva y/o valorar posibles acuerdos con empresas colaboradoras para asegurar la solución de las contingencias que se produzcan en el tráfico y/o hacer frente a aumentos en la demanda de servicios sobre las previsiones realizadas.

Asignar, en operaciones sencillas, cargas a las unidades de transporte regular y/o discrecional en función de sus características técnicas, del horario y del recorrido, procurando completar la capacidad de carga del medio utilizado y evitando, en lo posible, los retornos de vacío o a media carga y los tiempos muertos.

Asignar personal de tráfico a las unidades de transporte necesarias para realizar el servicio, verificando su disponibilidad y cubriendo, en su caso, vacantes con los recursos de reserva.

Elaborar informes que presenten en forma y tiempo los aspectos relevantes para la planificación del servicio.

Identificar la normativa de seguridad e higiene en almacenes.

Analizar los espacios y rutas de distribución interna en el almacén, evaluando su idoneidad, y proponer en su caso, cambios que mejoren la gestión.

Efectuar correctamente cálculos de valoración de existencias, aplicando el criterio establecido y trasladando los resultados al formato diseñado.

Utilizar adecuadamente los programas informáticos de gestión de almacenes para transmitir, obtener y tratar información.

- Realizar estudios específicos de mercado de interés para la empresa relacionados con la actividad de transporte y de acuerdo con objetivos definidos.
 - Recibir y transmitir información específica de/a los diferentes jefes de almacén de la red logística de acuerdo con los procedimientos establecidos y en tiempo y forma adecuados.
 - Verificar que la señalización y rotulado del embalaje está ubicado en un lugar de fácil identificación y cumple la normativa.
 - Verificar que las características del embalaje utilizado en cada expedición son las adecuadas al medio de transporte contratado y tipo de mercancía.
 - Realizar las gestiones precisas para obtener la información necesaria sobre las circunstancias que originan las devoluciones de pedidos de acuerdo con los procedimientos establecidos.

- Atender, informar y asesorar a clientes y usuarios del servicio de transporte de la empresa aplicando las técnicas de venta adecuadas y de acuerdo con procedimientos establecidos.
 - Identificar las variables que tienen efectos en el estudio de mercado.
 - Identificar las fuentes de información que proporcionen datos fiables sobre las variables que afectan al objeto del estudio y que sea posible su acceso.
 - Realizar el trabajo de campo para la recogida de los datos necesarios de acuerdo con las técnicas de recogida de información establecidas por la empresa.
 - Aplicar técnicas estadísticas en la información recogida para obtener conclusiones, utilizando, en su caso, los programas informáticos disponibles.
 - Relacionar las conclusiones obtenidas de los distintos parámetros o ámbitos que se han analizado y proponer medidas aplicables en la actividad de transporte de la empresa.
 - Elaborar un informe que presente de forma clara, estructurada y sintética las conclusiones derivadas del trabajo de campo.

- Cumplir cualquier actividad o tarea asignada y relacionada con el trabajo que realiza con responsabilidad profesional, demostrando una actitud de superación y respeto.
 - Identificar la tipología del cliente y detectar su necesidad a través de métodos adecuados.
 - Cuidar el aspecto personal, de acuerdo con la imagen de la empresa y expresarse de forma correcta y amable, para promover buenas relaciones futuras.
 - Informar y asesorar a los clientes sobre determinados aspectos del servicio solicitado, de acuerdo con instrucciones recibidas, transmitiendo claramente la información requerida y aplicando las técnicas de venta adecuadas.
 - Realizar contactos telefónicos con clientes para transmitir información, aplicando correctamente las técnicas de comunicación.
 - En las situaciones de reclamación de clientes:
 - Identificar la naturaleza de la queja/incidencia.
 - Mantener en todo momento una actitud correcta.
 - Aplicar los criterios establecidos por el centro de trabajo en el procedimiento que se debe seguir para la resolución de la reclamación.
 - En todo momento mostrar una actitud de respeto a los procedimientos y normas de la empresa.
 - Incorporarse puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos permitidos y no abandonando el centro de trabajo antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados.
 - Interpretar y cumplir con diligencia las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.
 - Mantener relaciones interpersonales fluidas y correctas con los miembros del centro de trabajo.
 - Coordinar su actividad con el resto del equipo y departamentos, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.
 - Estimar las repercusiones de su actividad en los procesos de prestación del servicio de transporte en la empresa y en la imagen que ésta proyecta.
 - Cumplir responsablemente con las normas, procesos y procedimientos establecidos ante cualquier actividad o tarea, objetivos, tiempos de realización y niveles jerárquicos existentes en la empresa.

CONTENIDOS (Duración 380 horas)**Gestión administrativa en actividades de transporte de mercancías y viajeros**

Identificación de plazos de revisión de permisos/documentación.
 Identificación de normativa reguladora de las operaciones de transporte.
 Análisis de rentabilidad de líneas de transporte.
 Gestión de documentación requerida en transporte nacional e internacional.
 Identificación de organismos oficiales que gestionan el transporte.
 Elaboración de albaranes y facturas.
 Obtención de información sobre ofertas de seguros.
 Aplicación de programas informáticos: bases de datos, hojas de cálculo, tratamiento de textos.

Planificación de la explotación del servicio de transporte terrestre

Interpretación de información técnica sobre disponibilidad y tasa de utilización de la flota y recursos humanos.
 Identificación de la normativa sobre seguridad vial.
 Programación de rutas, itinerarios y horarios para líneas de transporte regular y/o discrecional.
 Previsión de recursos humanos y materiales.
 Asignación de cargas.
 Asignación de recursos humanos.
 Elaboración de informes.

Gestión del almacén

Análisis de espacios y rutas de distribución interna.
 Cálculo de valoración de existencias.
 Control de señalización y rotulado en el embalaje.
 Aplicación de programas informáticos de gestión de almacén.
 Identificación de normativa de seguridad e higiene en el almacén.
 Identificación de normativa sobre envase y embalaje.
 Control de la adecuación del embalaje al medio de transporte y tipo de mercancía.
 Tratamiento de la devolución de pedidos.

Estudios de mercado en el sector transporte

Identificación de variables que afectan al objeto del estudio.
 Identificación de fuentes de información.
 Obtención de información.
 Realización de trabajos de campo.
 Aplicación de técnicas estadísticas.
 Análisis de resultados y conclusiones.
 Elaboración de informes.

Atención/información al cliente

Identificación de la tipología del cliente.
 Identificación de necesidades.
 Aplicación de técnicas de comunicación.
 Información sobre el servicio.
 Gestión de reclamaciones.

2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

CAPACIDADES TERMINALES

● Determinar actuaciones preventivas y/o de protección minimizando los factores de riesgo y las consecuencias para la salud y el medio ambiente que producen.

● Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas.

● Diferenciar las modalidades de contratación y aplicar procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia.

● Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo.

● Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

● Interpretar los datos de la estructura socioeconómica española, identificando las diferentes variables implicadas y las consecuencias de sus posibles variaciones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar las situaciones de riesgo más habituales en su ámbito de trabajo, asociando las técnicas generales de actuación en función de las mismas.

Clasificar los daños a la salud y al medio ambiente en función de las consecuencias y de los factores de riesgo más habituales que los generan.

Proponer actuaciones preventivas y/o de protección correspondientes a los riesgos más habituales, que permitan disminuir sus consecuencias.

Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.

Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes en el supuesto anterior.

Realizar la ejecución de técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado...), aplicando los protocolos establecidos.

Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.

En una situación dada, elegir y utilizar adecuadamente las principales técnicas de búsqueda de empleo en su campo profesional.

Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios y localizar los recursos precisos, para constituirse en trabajador por cuenta propia.

Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.

Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.

Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.

Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los trabajadores, Directivas de la Unión Europea, Convenio Colectivo...) distinguiendo los derechos y las obligaciones que le incumben.

Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una "Liquidación de haberes".

En un supuesto de negociación colectiva tipo:

Describir el proceso de negociación.

Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad tecnológicas...) objeto de negociación.

Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.

Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.

A partir de informaciones económicas de carácter general:

Identificar las principales magnitudes macro-económicas y analizar las relaciones existentes entre ellas.

● Analizar la organización y la situación económica de una empresa del sector, interpretando los parámetros económicos que la determinan.

Explicar las áreas funcionales de una empresa tipo del sector, indicando las relaciones existentes entre ellas.

A partir de la memoria económica de una empresa:

Identificar e interpretar las variables económicas más relevantes que intervienen en la misma.

Calcular e interpretar los ratios básicos (autonomía financiera, solvencia, garantía y financiación del inmovilizado,...) que determinan la situación financiera de la empresa.

Indicar las posibles líneas de financiación de la empresa.

CONTENIDOS (Duración 65 horas)

Salud laboral

Condiciones de trabajo y seguridad. Salud laboral y calidad de vida. El medio ambiente y su conservación.

Factores de riesgo: Físicos, químicos, biológicos, organizativos. Medidas de prevención y protección.

Técnicas aplicadas de la organización "segura" del trabajo.

Técnicas generales de prevención/protección. Análisis, evaluación y propuesta de actuaciones.

Casos prácticos.

Prioridades y secuencias de actuación en caso de accidentes.

Aplicación de técnicas de primeros auxilios.

Consciencia/inconsciencia.

Reanimación cardiopulmonar.

Traumatismos.

Salvamento y transporte de accidentados.

Legislación y relaciones laborales

Derecho laboral: normas fundamentales.

La relación laboral. Modalidades de contratación, salarios e incentivos. Suspensión y extinción del contrato.

Seguridad Social y otras prestaciones.

Órganos de representación.

Convenio colectivo. Negociación colectiva.

Orientación e inserción socio-laboral

El mercado laboral. Estructura. Perspectivas del entorno.

El proceso de búsqueda de empleo: Fuentes de información, mecanismos de oferta-demanda, procedimientos y técnicas.

Iniciativas para el trabajo por cuenta propia. Trámites y recursos de constitución de pequeñas empresas.

Recursos de auto-orientación profesional. Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales. La superación de hábitos sociales discriminatorios. Elaboración de itinerarios formativos/profesionalizadores. La toma de decisiones.

Principios de economía

Variables macroeconómicas. Indicadores socioeconómicos. Sus interrelaciones.

Economía de mercado.

Oferta y demanda.

Mercados competitivos.

Relaciones socioeconómicas internacionales: U.E.

Economía y organización de la empresa

Actividad económica de la empresa: criterios de clasificación.

La empresa: Tipos de modelos organizativos. Áreas funcionales. Organigramas.

Funcionamiento económico de la empresa.

Patrimonio de la empresa.

Obtención de recursos: financiación propia, financiación ajena.

Interpretación de estados de cuentas anuales.

Costes fijos y variables.

3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN

3.1. MATERIAS DEL BACHILLERATO QUE SE HAN DEBIDO CURSAR PARA ACCEDER AL CICLO FORMATIVO CORRESPONDIENTE A ESTE TÍTULO

Materias de modalidad

Matemáticas aplicadas a las ciencias sociales II.

Economía y organización de empresas.

3.2. PROFESORADO

3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de “Gestión del Transporte”

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Gestión administrativa del transporte	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Gestión administrativa del comercio internacional	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Organización del servicio de transporte terrestre	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre	(1)	(1)
Almacenaje de productos	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Comercialización del servicio de transporte	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Aplicaciones informáticas de propósito general	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Lengua extranjera	(2)	Profesor de Enseñanza Secundaria
Relaciones en el entorno de trabajo	Formación y Orientación Laboral	Profesor de Enseñanza Secundaria
Formación y orientación laboral	Formación y Orientación Laboral	Profesor de Enseñanza Secundaria

(1) Para la impartición de este módulo profesional es necesario un profesor especialista de los previstos en el artículo 33.2 de la LOGSE.

(2) Alemán, francés, inglés, italiano o portugués, en función del idioma elegido.

3.2.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo

MATERIAS	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Economía	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Economía y organización de la empresa	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria

3.2.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Organización y Gestión Comercial

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/los título/s de:

Diplomado en Ciencias Empresariales

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Formación y Orientación Laboral

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/los título/s de:

Diplomado en Ciencias Empresariales

Diplomado en Relaciones Laborales

Diplomado en Trabajo Social

Diplomado en Educación Social

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

3.3. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS

De conformidad con el art. 39 del R.D. 1004/1991 de 14 de junio, el Ciclo formativo de Formación Profesional de Grado Superior: GESTIÓN DEL TRANSPORTE, requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente R.D., los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1.a del citado R.D. 1004/1991 de 14 de junio.

Espacio Formativo	Superficie	Grado de utilización
Aula de gestión comercial	90 m ²	50 %
Aula de audiovisuales	60 m ²	10 %
Aula polivalente	60 m ²	40 %

El “grado de utilización” expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las administraciones educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el “grado de utilización”, los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

3.4. CONVALIDACIONES, CORRESPONDENCIAS Y ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS

3.4.1. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional

Gestión administrativa del transporte
Gestión administrativa del comercio internacional
Organización del servicio de transporte terrestre
Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre
Almacenaje de productos
Aplicaciones informáticas de propósito general

3.4.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral

Gestión administrativa del transporte
Gestión administrativa del comercio internacional
Organización del servicio de transporte terrestre
Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre
Almacenaje de productos
Aplicaciones informáticas de propósito general
Formación y orientación laboral
Formación en centro de trabajo

3.4.3. Acceso a estudios universitarios

Diplomado en Biblioteconomía y Documentación
Diplomado en Ciencias Empresariales
Diplomado en Educación Social
Diplomado en Estadística
Diplomado en Gestión y Administración Pública
Diplomado en Informática
Diplomado en Relaciones Laborales
Diplomado en Trabajo Social
Técnico en Empresas y Actividades Turísticas

3.5. ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL CICLO FORMATIVO

3.5.1. Módulos profesionales del primer curso

Gestión administrativa del transporte
Organización del servicio de transporte terrestre
Almacenaje de productos
Aplicaciones informáticas de propósito general
Lengua extranjera
Relaciones en el entorno de trabajo
Formación y orientación laboral

3.5.2. Módulos profesionales del segundo curso

Gestión administrativa del comercio internacional
Planificación y gestión de la explotación del transporte terrestre
Comercialización del servicio de transporte
Formación en centro de trabajo

Comercio

Denominación: COMERCIO

Nivel: FORMACIÓN PROFESIONAL DE GRADO MEDIO

Duración del ciclo formativo: 1.400 HORAS

REALES DECRETOS: Título: 1655/1994 (B.O.E. 29/09/1994)
Curriculo: 1670/1994 (B.O.E. 04/10/1994)

- 1. REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO**
 - 1.1. PERFIL PROFESIONAL
 - 1.1.1. Competencia general

Organizar y controlar las operaciones de almacenaje de productos.
 - 1.1.2. Capacidades profesionales

Realizar las actividades de animación del punto de venta.

Realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios.
 - 1.1.3. Unidades de competencia

Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

- 1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL
 - 1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos
 - 1.2.2. Cambios en las actividades profesionales
 - 1.2.3. Cambios en la formación
- 1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO
 - 1.3.1. Entorno profesional y de trabajo
 - 1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

- 2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO
- 2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA
 - Operaciones de almacenaje
 - Animación del punto de venta
 - Operaciones de venta
 - Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial
- 2.3. MÓDULOS PROFESIONALES TRANSVERSALES
 - Aplicaciones informáticas de propósito general
 - Lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma
 - Relaciones en el equipo de trabajo
- 2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO
- 2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

-
- 3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN**
 - 3.1. PROFESORADO
 - 3.1.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo
 - 3.1.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo
 - 3.1.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia
 - 3.2. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS
 - 3.3. ACCESO AL BACHILLERATO, CONVALIDACIONES Y CORRESPONDENCIAS
 - 3.3.1. Modalidades del bachillerato a las que da acceso.
 - 3.3.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional
 - 3.3.3. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencias con la práctica laboral

1. REFERENCIA DEL SISTEMA PRODUCTIVO

1.1. PERFIL PROFESIONAL

1.1.1. Competencia general

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico son:

Ejecutar los planes de actuación establecidos para la comercialización de productos y/o servicios en las mejores condiciones de calidad, tiempo, lugar y precio y administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

1.1.2. Capacidades profesionales

Animar los puntos de venta de establecimientos dedicados a la comercialización de productos o servicios, consiguiendo los objetivos establecidos en las diferentes promociones y ofertas y aplicar las técnicas de “merchandising”.

Vender productos o servicios utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la organización, expresándose durante el proceso con seguridad, precisión y eficacia.

Atender, informar y asesorar al cliente con diligencia y cortesía, identificando sus necesidades y satisfaciendo las mismas en el marco de las posibilidades de la empresa.

Realizar las operaciones de cobro que se originan en el desarrollo de la actividad comercial, utilizando de manera eficaz la tecnología existente y verificando que los medios de pago cumplen la normativa vigente.

Controlar que las operaciones de recepción, manipulación, distribución interna y expedición de mercancías se efectúan siguiendo los procedimientos establecidos y cumpliendo la normativa de seguridad e higiene.

Controlar que las condiciones físicas y ambientales del almacén son las adecuadas a la naturaleza de los productos y que su acondicionamiento está de acuerdo con las exigencias de la normativa.

Organizar un pequeño almacén, realizando las operaciones necesarias de planificación de rutas internas, de distribución de las mercancías e identificando las existencias disponibles en todo momento.

Administrar y gestionar una pequeña empresa o establecimiento comercial, realizando la actividad con eficacia y rentabilidad.

Poseer una visión global e integrada del proceso comercial en sus aspectos técnicos, organizativos y humanos.

Adaptarse a nuevas situaciones laborales generadas como consecuencia de los cambios producidos por la aparición de nuevas tecnologías relacionadas con su profesión.

Ejecutar un conjunto de acciones de contenido politécnico y/o polifuncional, de forma autónoma en el marco de las técnicas propias de su profesión, bajo métodos establecidos.

Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y desarrollo de tareas colectivas y cooperando en la superación de las dificultades que se presenten.

Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo de su trabajo y en especial en operaciones comerciales, de venta y atención al cliente, informando y solicitando ayuda a quien proceda cuando se produzcan contingencias en la operación.

Resolver problemas y tomar decisiones individuales, siguiendo normas establecidas o precedentes definidos dentro del ámbito de su competencia, consultando con sus superiores la decisión adoptada cuando los efectos que se puedan producir alteren las condiciones normales de seguridad, organización o económicas.

Requerimientos de autonomía en las situaciones de trabajo

A este técnico, en el marco de las funciones y objetivos asignados por técnicos de nivel superior al suyo, se le requerirán en los campos ocupacionales concernidos, por lo general, las capacidades de autonomía en:

Recepción y control de la mercancía.

Valoración de mercancía en almacén.

Confección de los carteles del establecimiento.

Montaje del escaparate

Preparación de lineales de productos.

Atención al cliente.

Realización de cobros y de pagos.

Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.

Venta de productos.

1.1.3. Unidades de competencia

1. Organizar y controlar las operaciones de almacenaje de productos.
2. Realizar las actividades de animación del punto de venta.
3. Realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios.
4. Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

Unidad de Competencia 1:

Organizar y controlar las operaciones de almacenaje de productos

REALIZACIONES

1.1. Supervisar el producto recepcionado, comprobando que se ajusta a las condiciones contratadas del pedido.

1.2. Organizar los recursos humanos y materiales en cada operación de distribución de productos en el almacén, optimizando el almacenaje de acuerdo con las instrucciones recibidas.

1.3. Valorar el producto almacenado de acuerdo con el criterio de valoración de "stock" establecido y realizar inventarios en los períodos estipulados para satisfacer las necesidades de información en la organización.

1.4. Gestionar la expedición de la mercancía, utilizando el embalaje y medio de transporte establecido.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se detectan posibles defectos en la cantidad, fecha de caducidad, daños y pérdidas.

Se gestiona con el departamento técnico, si procede, la comprobación de las características técnicas del producto.

Se compara el albarán que acompaña las entradas de productos con la factura correspondiente y se comprueban en él los precios, unidades, descuentos, impuestos y las operaciones aritméticas.

Se asignan los recursos humanos y materiales para optimizar el tiempo de cada operación de distribución interna y garantizar el estado físico de los productos.

Se dan las instrucciones precisas para la ubicación de los productos, de acuerdo con criterios establecidos, las normas de seguridad e higiene, optimización del espacio disponible y la rotación necesaria de los productos.

Se establecen criterios de manipulación de los productos, de acuerdo con sus características y normas de seguridad e higiene.

Se establece un itinerario que optimice los tiempos en las operaciones de almacenaje y facilite la movilidad en la manipulación de los productos.

Se registran las entradas y salidas de productos, manual o informáticamente, en las fichas de almacén y se mantienen actualizadas siguiendo procedimientos establecidos.

El nivel de existencias se mantiene en los límites fijados.

Se realizan los cálculos necesarios para obtener el valor de los productos en el almacén, aplicando el criterio de valoración establecido (PMP, LIFO, FIFO, y otros).

En los períodos determinados se dan las instrucciones precisas al equipo correspondiente para realizar el recuento físico del producto almacenado en el plazo convenido.

El inventario se realiza en el formato adecuado, manual o informáticamente, efectuando correctamente los cálculos necesarios y en la fecha establecida.

Se comprueba la concordancia entre las fichas de almacén y el recuento físico de los productos, detectando las posibles desviaciones, realizando las correcciones oportunas y/o transmitiendo en su caso la incidencia originada.

Se transmite en tiempo y forma la información requerida a los departamentos correspondientes.

Se comprueba que la mercancía existente en el almacén cubre las necesidades del pedido, en cuanto a calidad y cantidad del mismo.

Se verifica que el acondicionamiento de la mercancía se adecua a las condiciones establecidas.

En la preparación del pedido se dan las instrucciones necesarias para que:

El acondicionamiento se realice con el embalaje establecido.

El pedido esté disponible para su expedición en la fecha pactada.

El lugar de colocación de las etiquetas en el embalaje sea el adecuado y la información que debe registrarse en las mismas identifique fácilmente la mercancía (remitente, destinatario, características esenciales como peligrosidad, fragilidad y otras).

Se verifica que la mercancía expedida va acompañada de la documentación necesaria y que los datos son los correctos.

Se dan instrucciones para la operación de carga en el medio de transporte determinando:

Mercancía que hay que trasladar y número de unidades

Ubicación en el almacén

Sistemas de manipulación, de acuerdo con las características del producto, asegurando la protección física.

Colocación en el medio de transporte de acuerdo con el producto, espacios y orden de entrega en destino.

1.5. Controlar que el funcionamiento del almacén cumple los procedimientos establecidos y la normativa de seguridad e higiene.

Se supervisa la actuación del equipo humano del almacén en cada operación de recepción, almacenaje y expedición de productos, verificando la optimización de tiempos y la aplicación de los procedimientos establecidos según las características de las mercancías y la normativa de seguridad e higiene.

Se comprueba que en el emplazamiento de las mercancías se han aplicado las medidas de seguridad e higiene correspondientes.

Se verifica que el estado de conservación del almacén (espacio físico, mobiliario, herramientas, utillaje, medidas antiincendios, etc.) está con arreglo a la normativa legal de seguridad e higiene.

Se transmite cualquier anomalía detectada, proponiendo, si es necesario, medidas correctoras.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipo y soportes)

Inventarios de mercancías. Listado de huecos en almacén. Listado ABC de mercancías. Ordenes de pedido. Albaranes de entrada y de salida. Facturas. Fichas de almacén. Normativa de seguridad e higiene. Directrices establecidas para la organización del almacén.

Medios para el tratamiento de la información

Programas: entornos de usuario, programas informáticos de gestión y control de almacén. Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y de teleproceso.

Procesos, métodos y procedimientos

Organización y control de la recepción, ubicación de la mercancía en almacén y expedición de los pedidos. Métodos de valoración y gestión de existencias. Elaboración de inventarios y fichas de almacén. Métodos de colocación y manipulación de mercancías de acuerdo con sus características técnicas.

Principales resultados del trabajo

Mercancías almacenadas de acuerdo con sus características técnicas y en lugar adecuado según la normativa de seguridad e higiene. Expedición y recepción de pedidos. Inventario físico. Inventario valorado y actualizado.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Jefe de Compras. Transportistas. Departamentos de producción. Departamentos comerciales. Empresas suministradoras de embalajes y envases. Clientes y proveedores.

Unidad de Competencia 2:

Realizar las actividades de animación del punto de venta

REALIZACIONES

2.1. Montar el escaparate previamente definido, transmitiendo la imagen deseada del establecimiento y respetando las normas específicas de seguridad.

2.2. Preparar los lineales de productos optimizando espacios, buscando la complementariedad de los artículos y facilitando la opción de compra.

2.3. Mantener actualizada la información para orientar adecuadamente al cliente en el punto de venta, elaborando y ubicando la catelística del establecimiento y las etiquetas de los productos según los procedimientos y los objetivos comerciales establecidos.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifica la imagen que se va a transmitir y los parámetros que determinan el escaparate definido:

Dimensión

Elementos que lo componen (productos y tipo de materiales de composición)

Distribución

Períodos de montaje

Normas de seguridad

Instalación de iluminación

Volúmenes

Se organiza el montaje del escaparate determinando:

Herramientas que se van a utilizar.

Fases de ejecución según el tiempo establecido.

Aprovisionamiento y preparación de los materiales.

Las instalaciones precisas.

En la ejecución del montaje, se disponen, mezclan, manipulan y transforman los materiales con habilidad teniendo en cuenta técnicas de color, características físicas de los productos y materiales, y la normativa de seguridad para conseguir el efecto deseado.

Los escaparates se modifican periódicamente, cambiando los productos y demás elementos componentes del mismo, de acuerdo con las especificaciones recibidas.

En pequeños establecimientos se define el escaparate que se va a montar en función del tipo de cliente cuya atención se quiere captar, potenciando el/los artículo/s con elementos decorativos adecuados y remarcando las diferencias de la oferta del establecimiento con respecto a la competencia.

Los lineales se distribuyen por familias de productos, según la planificación establecida por la empresa, en función de su utilización y normativa vigente.

La disposición de los productos dentro del lineal se realiza vertical u horizontalmente, siguiendo criterios de "merchandising" (impresión de orden, ubicación al alcance del cliente, concentración de la atención del cliente en una zona espacial reducida, optimización de los niveles del lineal,...)

En el mobiliario del punto de venta, se colocan los diferentes productos, teniendo en cuenta el número de caras para que sea perfectamente visible por el cliente desde diferentes ángulos.

Los productos se reponen en las secciones en el momento que se observa que están alcanzando el límite de rotura de "stock".

Los productos a los que se desee dar mayor salida, según los planes de venta establecidos, se sitúan a la altura de los ojos facilitando la decisión de compra.

Los productos buscados a propósito por el consumidor se ubican en la zona próxima al suelo.

Se observan las medidas de seguridad e higiene en los lineales de productos.

Se confeccionan los carteles precisos (de precios, promociones, secciones y otros) aplicando las técnicas más adecuadas de rotulación (tipos de letra, técnicas de escritura) y/o manejando programas informáticos de autoedición

Se marcan, según instrucciones recibidas, los sentidos de circulación precisos dentro del establecimiento utilizando técnicas y principios de "merchandising"

Se combina correctamente forma, color, textura y tipo de letra, para lograr el mejor contraste y armonía en los carteles y una fácil lectura a la distancia adecuada.

En la realización de la cartelística promocional se expresa con claridad y exactitud las secciones y productos en promoción.

Las etiquetas se colocan en una posición segura y visible que facilite el acceso a la información que proporciona.

El proceso de etiquetado se lleva a cabo clasificando y manipulando los productos de acuerdo con sus características y evitando daños en los mismos

La elaboración de las etiquetas de los productos se realiza en función de la información que se desea proporcionar (precio, proveedor, características relevantes...)

Las etiquetas de precios se mantienen actualizadas en todo momento comprobando las ofertas de productos y etiquetando de nuevo si es necesario.

2.4. Calentar “puntos fríos” para incrementar el volumen de ventas.

Se colocan las islas precisas, con el fin de atraer la atención del cliente sobre los productos en oferta y promoción.

Se sitúan las áreas de base necesarias para forzar el recorrido del comprador por gran parte del establecimiento.

Se colocan los indicadores visuales precisos que señalen al cliente donde se hallan las áreas promocionales.

Se organizan las actuaciones puntuales de promoción necesarias, de acuerdo con las especificaciones recibidas (demostraciones de funcionamiento y utilización de productos, degustaciones, centros de atención y animación), informando de promociones, artículos y oportunidades

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación(naturaleza, tipo y soportes)

Planos del establecimiento. Normas de seguridad en el trabajo. Informes del DPP (direct product productivity). Informes de ventas por secciones. Informes sobre seguimiento de ventas promocionales. Informes de otras ventas posibles (ventas de cabeceras de góndola, espacios destacados en una estantería, presentaciones especiales en una superficie de venta, escaparate, etc.). Catálogos de precios de productos. Documentación sobre decoración de establecimientos.

Medios para el tratamiento de la información

Programas: entornos de usuario, aplicaciones gráficas y de autoedición. Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y de tele-proceso.

Materiales, útiles y equipos

Materiales y elementos de decoración y realización de escaparates. Materiales y útiles de rotulación y elaboración de carteles. Útiles y equipos para la preparación de lineales. Elementos de PLV (publicidad en el lugar de venta) propios o del fabricante. Etiquetas y materiales para el etiquetado. “Software” de edición y de etiquetado.

Procesos, métodos y procedimientos

Procedimientos normalizados en grandes establecimientos sobre distribución, reposición y etiquetado de productos. Montaje de escaparates. Confección de carteles. Métodos físicos y psicológicos para “calentar puntos fríos”.

Principales resultados del trabajo

Escaparate. Cartelística en el punto de venta. Etiquetas. Promoción de productos.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

“Merchandiser”. Diseñador de escaparates. Vendedores. Publicistas. Clientes.

Unidad de Competencia 3:

Realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios.

REALIZACIONES

3.1. Atender al cliente en la solicitud de productos y/o servicios, satisfaciendo sus necesidades, y teniendo en cuenta los planes de actuación y objetivos de venta del establecimiento comercial.

3.2. Determinar las líneas propias de actuación comercial en la venta, ajustando el plan de acción definido por la empresa a las características específicas de cada cliente.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican las necesidades del cliente para determinar los productos o servicios que pueden satisfacerlas.

Se identifica el tipo de cliente de acuerdo con características observables (segmento de población, comportamiento, preguntas planteadas, y otras) para aplicar las técnicas de venta adecuadas al mismo.

Cuando se precisa, se obtiene la información necesaria y actualizada sobre el producto o servicio determinado.

Se asesora con claridad y exactitud al cliente acerca de los productos que pueden satisfacer sus necesidades (usos, características, precio), suministrando la información de manera ordenada y oportuna y preparando, en su caso, una demostración práctica de usos y manejo.

Se identifica con prontitud el lugar y la sección donde están ubicados los productos para evitar tiempos muertos en la atención al cliente.

La atención al cliente se realiza en un plazo que no perjudique el funcionamiento del establecimiento comercial ni los objetivos de venta establecidos.

Se cuida el aspecto personal y la forma de expresarse en el contacto con el cliente es correcta y amable, de forma que se promuevan las buenas relaciones comerciales futuras.

El producto comprado se embala previamente con un material adecuado a sus características de manera que se asegure su protección física.

El empaquetado del producto se realiza con rapidez y eficiencia, teniendo en cuenta la estética y estilo y transmitiendo la imagen que el establecimiento quiere dar al cliente.

En el servicio post-venta se persigue el mantenimiento de la clientela mediante un trato diligente y cortés.

Cuando el tipo de cliente u operación que se va a realizar sobrepasa la responsabilidad asignada se recurre con prontitud al superior jerárquico.

Se identifican los parámetros que afectan a la actuación comercial.

De empresa y mercado (imagen de la empresa, volumen de ventas, normas de actuación, objetivos comerciales, posición del producto en el mercado...).

Características del producto o servicio (materiales de que está hecho el producto, características del servicio, marca, presentación, usos, precios, seguridad, duración,...)

Se identifican las características de la cartera de clientes potenciales y reales (edad, potencial de compra, pedidos realizados, pedidos pendientes de cierre, y otros) para detectar puntos fuertes y débiles y establecer líneas de actuación con cada cliente.

Se confecciona un plan de ventas propio teniendo en cuenta los parámetros comerciales identificados y de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización, detallando:

Planificación de visitas (rutas, frecuencias, número, etc..)

Objetivos de ventas y argumentario para cada cliente.

Ampliación de la cartera de clientes.

Condiciones ofertadas y márgenes de negociación.

Límites de actuación.

3.3. Obtener la firma del pedido, utilizando las técnicas de cierre adecuadas dentro de los márgenes de actuación de venta establecidos por la empresa.

Se identifica la fase de la negociación determinando el momento oportuno de abordar el cierre y la estrategia adecuada al tipo de cliente (aspectos que se van a desarrollar, tiempo óptimo de la entrevista, objeciones previstas,...)

La entrevista con el cliente se dirige de acuerdo con la estrategia establecida reaccionando con prontitud ante cualquier incidencia no prevista.

Se facilita la compra al cliente creando una atmósfera acogedora y positiva y actuando de forma educada y amable.

Las objeciones presentadas por los clientes se resuelven adecuadamente, basándose en el "argumentario" de venta desarrollado.

En el proceso de negociación, se van cerrando los diferentes aspectos de la operación dentro de los márgenes establecidos hasta conseguir la firma del pedido.

Las condiciones que regulan el contrato de compraventa se establecen claramente, elaborando el correspondiente documento de acuerdo con la normativa vigente y los criterios establecidos por la empresa.

3.4. Resolver, en el marco de su responsabilidad, las reclamaciones presentadas por los clientes, según los criterios y procedimientos establecidos por la empresa.

Se adopta una actitud positiva ante la queja o incidencia presentada por el cliente aceptando la responsabilidad que corresponda en cada caso.

Se identifica la naturaleza de la reclamación, cumplimentando correctamente la documentación que se requiera según el procedimiento establecido e informando al cliente del proceso que debe seguir.

Frente a las quejas o incidencias injustificadas del cliente se adopta una postura segura mostrando educación y presentando razones para llegar al acuerdo con el cliente y, si procede, se aplican los criterios establecidos por la organización.

La queja o incidencia se recoge y canaliza como fuente de información para su posterior análisis.

Cuando la información o contingencia sobrepasa la responsabilidad asignada, se transmite al superior jerárquico con prontitud.

3.5. Realizar y controlar las operaciones de cobro y pago en moneda, cheques y tarjetas de crédito, tanto nacionales como extranjeros, asegurando su fiabilidad y exactitud.

Se mantiene la caja en las condiciones adecuadas de utilización y manejo.

Cuando es necesario, se introducen en la caja con rapidez y seguridad los códigos de precios de artículos vendidos.

Se mantienen actualizados los códigos de precios aplicando los procedimientos establecidos.

Si procede, se verifica la correcta cumplimentación de cheques de acuerdo con la legislación vigente, y se realizan las comprobaciones que validan las tarjetas de crédito utilizadas como medio de pago.

La operación de cobro o pago se finaliza con la entrega del cambio correcto y proporcionando o solicitando los documentos acreditativos de la compra o venta.

Se determina el lugar apropiado para la colocación del dinero, cheques y documentos de crédito.

La operación se lleva a cabo con amabilidad, corrección y claridad, indicando el importe verbalmente.

Se realizan correctamente los cálculos necesarios para efectuar el cambio de moneda extranjera.

Se utilizan con destreza y fiabilidad los equipos y terminales de caja en la realización de los cobros y pagos.

Se efectúa el arqueado y cierre de la caja, detectando posibles desviaciones con los registros efectuados y se proporciona la información y los comprobantes al responsable para su contabilización.

DOMINIO PROFESIONAL**Información y documentación
(naturaleza, tipo y soportes)**

Catálogos de productos o servicios. Listado de precios y ofertas. Fichas de clientes. Albaranes. Notas del servicio técnico, facturas. Pedidos y revistas especializadas; Información general y comercial de la empresa. Información técnica del producto. Información del sector y del entorno del establecimiento. "Ranking" de productos. Información de "stock" en almacén. Cheques, tarjetas de crédito, letras de cambio.

Materiales, útiles y equipos

Muestrarios de productos. Carteles publicitarios. Expositores. Folletos. Máquinas registradoras. Terminal cobro tarjetas de crédito. Terminales punto de venta. Calculadora.

**Procesos, métodos y
procedimientos**

Aplicación de técnicas de ventas. Cierre de la venta. Atención al cliente. Confección de planes propios de actuación comercial en la venta. Gestión de caja.

**Principales resultados del
trabajo**

Venta del producto o servicio. Contrato de compraventa. Operaciones de caja.

**Personas y/u organizaciones
destinatarias del servicio**

Clientes. Vendedores. Director comercial. Personal administrativo. Jefe de equipo de ventas. Responsable del establecimiento y/o sección.

Unidad de Competencia 4:

Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial

REALIZACIONES

4.1. Obtener y valorar la información necesaria para la implantación de un pequeño establecimiento comercial, aplicando los procedimientos adecuados.

4.2. Determinar la organización del establecimiento comercial y los recursos necesarios para el funcionamiento óptimo, en relación con los objetivos establecidos.

4.3. Gestionar la constitución y puesta en marcha del establecimiento comercial, cumpliendo la legislación vigente.

CRITERIOS DE REALIZACIÓN

Se identifican las variables y parámetros que afectan a la selección de la actividad y ubicación de un establecimiento comercial.

Se identifican y seleccionan las fuentes de información más fiables que proporcionen los datos necesarios para la toma de decisiones.

Se realizan los trámites oportunos para la obtención de la información y, si es necesario, se aplica la técnica de recogida de datos que proporciona la información más fiable y representativa.

Se procesa la información obtenida, aplicando los métodos adecuados, de manera que queden los datos perfectamente organizados para la toma de decisiones.

Se determina la actividad, ubicación y objetivos, que se deducen como idóneos a través del análisis de la información.

Se selecciona la forma jurídica de empresa más adecuada a los recursos disponibles, objetivos y a las características de la actividad.

Se determina la composición de recursos humanos necesarios, según las funciones que hay que desarrollar en la actividad del establecimiento comercial y objetivos previstos.

Se determina la composición e inversión óptima en inmovilizado, de acuerdo con los objetivos previstos y recursos financieros disponibles.

Se determina la ubicación física más idónea para el tipo de establecimiento, a partir del análisis de los parámetros que condicionan la selección.

Se elabora un presupuesto de gastos e ingresos, de acuerdo con las previsiones de demanda.

Se valora la posibilidad de subvenciones y/o ayudas a la empresa o a la actividad, ofrecidas por las diferentes Administraciones Públicas.

Se selecciona la fuente de financiación ajena más adecuada a las necesidades previstas, a partir del análisis de la información suministrada por las entidades de crédito y realizando los cálculos oportunos.

Se determina la estructura organizativa del establecimiento, fijando las funciones y actividades que se deben desarrollar para alcanzar los objetivos previstos.

En la contratación de personal se aplica la legislación vigente y el convenio colectivo del sector.

Se identifican las formas de contratación vigentes y más habituales en el sector.

Se determina la modalidad de contratación del personal más idónea en función de los objetivos previstos.

Se identifica la normativa que regula la constitución y puesta en marcha de un pequeño establecimiento comercial y establece la documentación y trámites necesarios.

Se identifican los organismos oficiales que tramitan los documentos para la constitución y puesta en marcha.

Se realizan las gestiones necesarias para la obtención de la documentación exigida por la legislación vigente.

Se realizan los trámites oportunos, en tiempo y forma, ante los organismos públicos para la iniciación de la actividad, de acuerdo con los requisitos legales.

4.4. Realizar las gestiones administrativas generadas en el desarrollo de la actividad comercial, de acuerdo con la legislación vigente.

Se confecciona un archivo documental, registrando entradas y salidas, aplicando criterios de organización de la información.

Se identifica el calendario fiscal y los impuestos que afectan a la actividad y a la renta.

Se elaboran en el formato adecuado los pedidos, albaranes y facturas, realizando los cálculos oportunos.

Se identifica la legislación mercantil que regula los documentos de pago.

Se cumplimentan los documentos mercantiles de pago con los datos exactos y aplicando la legislación vigente.

Se comprueba que los datos que contienen las nóminas y los documentos de cotización a la seguridad social son correctos.

Se identifica en tiempo y forma las obligaciones legales laborales:

Altas y bajas laborales.

Nóminas.

Seguros sociales.

Se identifica la legislación que regula los requisitos que deben cumplir la documentación e impresos en las operaciones comerciales.

Se identifica la documentación y datos necesarios para la realización en tiempo y forma de liquidaciones de impuestos exigidos legalmente.

Se realizan correctamente liquidaciones sencillas de impuestos, aplicando la legislación vigente.

Se establecen con las entidades de crédito las condiciones adecuadas que regulan la utilización de medios de pago electrónicos, domiciliación bancaria, líneas de crédito y descuento de efectos.

4.5. Negociar con los proveedores, las condiciones de la compra mas ventajosas posibles, utilizando las técnicas adecuadas.

Se identifica la normativa mercantil reguladora de contratos de compraventa.

Se obtienen ofertas de distintos proveedores, a través del procedimiento adecuado, para realizar un análisis detallado de las condiciones ofrecidas.

Se identifican las condiciones óptimas de compra a partir de los objetivos previstos, valorando la oferta del proveedor y determinando los márgenes de negociación aceptables.

Se realizan los cálculos necesarios para la obtención del precio que hay que negociar.

En el proceso de negociación se adopta una postura flexible y con predisposición positiva a los acuerdos, teniendo en cuenta los objetivos previstos.

En la concreción de las condiciones de compra, se aplican las técnicas de negociación, teniendo en cuenta los márgenes establecidos.

4.6. Gestionar acciones publicitarias que apoyen los objetivos comerciales y optimicen el desarrollo en la actividad.

Se determina el objetivo de la acción publicitaria.

Se obtiene información sobre las principales características (coste, alcance geográfico, audiencia y otras) de los soportes que hay que utilizar en cada medio publicitario.

Se calcula el coste que supondría adoptar una forma publicitaria determinada (anuncios comerciales o de marca, publireportajes, textos, luminosos, carteles, folletos, otros) en distintos tipos de soporte.

Se realizan los trámites oportunos para la contratación de la acción publicitaria seleccionada.

Se calcula la rentabilidad que ha supuesto la ejecución de la acción publicitaria, aplicando métodos adecuados.

DOMINIO PROFESIONAL

Información y documentación (naturaleza, tipo y soportes)

Estudios de mercado. Catálogos, revistas especializadas. Anuarios económicos oficiales. Encuestas. Información sobre sectores. Legislación mercantil y laboral. Documentación administrativa. Impresos oficiales. Información sobre financiación ajena. Información sobre medios publicitarios.

Medios para el tratamiento de la información

Equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: entornos de usuario, hojas de cálculo, bases de datos, procesadores de texto, gestión administrativa y comercial.

Procesos, métodos y procedimientos

Estudios de mercado. Contratación laboral. Constitución y puesta en marcha de empresas. Procesos administrativos. Procedimientos de negociación.

Principales resultados del trabajo

Base documental con información acerca del mercado, (sectores, productos y otra) y variables comerciales. Constitución y puesta en marcha de un pequeño establecimiento comercial. Documentación administrativa. Compraventa de productos.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio

Proveedores. Clientes. Gestorías. Entidades financieras. Organismos Oficiales. Agencias Comerciales.

1.2. EVOLUCIÓN DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL

1.2.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos

Los cambios producidos en la sociedad actual -composición de la población, entorno sociocultural, poder adquisitivo, etc...- suponen variaciones en los hábitos de consumo y, por tanto, en el sector del comercio. Estos cambios se orientan hacia la disminución del número de pequeñas empresas comerciales, cuya posible pérdida de trabajadores se verá compensada por la creación de empleo en las grandes superficies y tiendas especializadas.

Adquiere cada vez mayor importancia el concepto de “compra total mas ocio”, que conlleva la integración del ocio en el comercio como una técnica de marketing para atraer a los consumidores. Este hecho requiere un proceso de adaptación del sector que, junto con la ampliación de horarios comerciales, son factores negativos para el pequeño comercio frente a las grandes superficies.

En relación con la incorporación de innovaciones tecnológicas destacan:

- La expansión de los distintos códigos de barras para la codificación de productos.

- El desarrollo del marketing telefónico.

- La expansión del dinero de plástico y de la utilización de sistemas informáticos EDI (Intercambio Electrónico de Datos).

- La profusión de los sistemas de lectura electrónica, entre los que destaca el escáner, entre los establecimientos de la rama de alimentación.

- El incremento de la penetración de los Terminales Punto de Venta, tanto en el comercio mayorista como en el minorista.

La aplicación de nuevos procedimientos de trabajo en los almacenes (empleo de robots para carga y descarga, empaquetado o precintado de cajas,...), ha supuesto cambios en sus estructuras organizativas.

La racionalización de la estructura de costes favorece el florecimiento de agencias comerciales como intermediarios que prestan sus servicios de distribución y comercialización de productos o servicios.

1.2.2. Cambios en las actividades profesionales

La mayor fuerza que adquieren las áreas de venta, llevará a:

- Un incremento en la demanda de determinadas profesiones del campo del escaparatismo, dando lugar a la aparición de empresas especializadas en la oferta de estos servicios para compañías comerciales.

- Una mayor valoración de las actividades de atención al cliente.

- Que los vendedores al detalle serán requeridos por las tiendas especializadas y por las grandes superficies, de forma que dicha evolución no se realizará a costa del comercio tradicional, sino adicionalmente al mismo.

1.2.3. Cambios en la formación

El empleo de nuevas tecnologías en el sector comercio, tales como el EDI, dinero de plástico, escáner, terminales punto de venta, etc., suponen cambios en los mecanismos tradicionales utilizados en la actividad comercial y exigen, por tanto, la reconversión formativa.

La aparición de nuevos procedimientos y métodos de almacenaje y la utilización de sistemas avanzados en el funcionamiento y gestión de almacenes, justifica la formación en métodos de organización y sistemas avanzados de manipulación de existencias en el caso de las grandes superficies.

La influencia que está teniendo el comportamiento del consumidor en el punto de venta, origina la necesidad cada vez mayor del estudio de la psicología del consumidor que orientará las acciones de diseño de escaparates, carteles, colocación de productos, etc., en definitiva un incremento creciente de la formación en técnicas de "merchandising", cuya aplicación facilite o incite la decisión de compra.

El pequeño comerciante, una de las figuras más características del sector, se encuentra en proceso de transformación hacia una mayor cualificación, demandando, además de un mayor conocimiento de todo el proceso comercial y de los productos, formación en aspectos financieros, organizativos y de imagen.

Las áreas de informática e idiomas se justifican por su carácter instrumental básico y por las particulares relaciones comerciales y gran importancia del turismo en nuestro país.

1.3. POSICIÓN EN EL PROCESO PRODUCTIVO

1.3.1. Entorno profesional y de trabajo.

Esta figura podrá ejercer su actividad en el sector de Comercio en las áreas de comercialización y almacenaje.

En los pequeños establecimientos comerciales podrá ejercer su actividad por cuenta propia como comerciante que establece un negocio comercial de tipo familiar y con pocos empleados.

En establecimientos comerciales medianos o grandes trabajará por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.

Los principales subsectores en los que puede desempeñar su actividad son: empresas industriales (departamento comercial, almacén), comercio al por mayor, comercio al por menor, comercio integrado, comercio asociado y agencias comerciales.

1.3.2. Entorno funcional y tecnológico

Esta figura profesional se ubica fundamentalmente en las funciones de: almacenaje-distribución, ventas, atención al público y clientes, y animación del establecimiento comercial.

Las técnicas y conocimientos tecnológicos abarcan el campo de la venta, almacén y administración y están ligadas a:

Procesos de almacenaje de productos:

Métodos de organización y procedimiento de manipulación de existencias.

Técnicas de control de las operaciones de almacenaje de productos.

Procesos de comercialización:

Técnicas de “merchandising”, técnicas de venta, técnicas de comunicación, equipos para la gestión del cobro de operaciones de venta.

Procesos de gestión administrativa:

Tramitación de la documentación administrativa, elaboración de documentos (facturas, albaranes, cheques,...)

Conocimiento de: Normativa de seguridad e higiene en el trabajo. Confección de inventarios. Valoración de existencias. Técnicas de venta. Técnicas administrativas-contables.

Ocupaciones y puestos de trabajo tipo más relevantes

Con fines de orientación profesional se enumeran a continuación las ocupaciones y puestos de trabajo que podrían ser desempeñados adquiriendo la competencia profesional definida en el perfil del título:

Comerciante, empleado de reposición, dependiente en general y de oficio, encargado de tienda, vendedor técnico, representante comercial, jefe de caja, empleado de atención al cliente, almacenista, empleado de agencias comerciales.

2. ENSEÑANZAS DEL CICLO FORMATIVO

2.1. OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO

Aplicar procesos de organización de un almacén, identificando las operaciones fundamentales, procedimientos adecuados de trabajo, maquinaria y herramientas, interpretando y aplicando en la gestión de su funcionamiento la normativa de seguridad e higiene.

Aplicar las técnicas de “merchandising” en la realización de montajes de escaparates, cartelística, colocación de productos y otras actuaciones de animación del punto de venta, comprendiendo el efecto que producen en el consumidor dichas acciones, y utilizando con destreza los materiales y herramientas.

Utilizar técnicas de venta orientadas a los procesos de negociación y atención al cliente, identificando necesidades comerciales concretas, suministrando un trato amable y aplicando métodos psicológicos y operando con equipos adecuados a la operación que se va a realizar.

Realizar operaciones de cálculo mercantil necesarias para la confección, cumplimentación y registro de la información procedente de la gestión administrativo-comercial.

Desarrollar procesos básicos de gestión de un pequeño establecimiento comercial, confeccionando documentación administrativa-comercial derivada del desarrollo de la actividad, definiendo procedimientos de funcionamiento.

Interpretar y aplicar la terminología comercial utilizada en el sector, asociada a equipos y material, así como las actuaciones concretas que se realizan habitualmente.

Operar con programas informáticos en la realización de tareas de gestión administrativa de un pequeño establecimiento comercial, gestión del almacén y cartelística en el punto de venta.

Interpretar información comercial en una determinada lengua y expresarse de forma correcta, en situaciones de comercio.

Utilizar técnicas de comunicación en las relaciones comerciales y en el entorno de trabajo, para transmitir y/o recibir información y resolver situaciones conflictivas que pueden presentarse en el desarrollo de la actividad.

Interpretar el marco legal, económico y organizativo que regula y condiciona la actividad comercial, identificando los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, adquiriendo la capacidad de seguir los procedimientos establecidos y de actuar con eficacia en las anomalías que pueden presentarse en los mismos.

Utilizar y buscar cauces de información y formación relacionadas con el ejercicio de la profesión, que le permitan el conocimiento y la inserción en el comercio y la evolución y adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

2.2. MÓDULOS PROFESIONALES ASOCIADOS A UNA UNIDAD DE COMPETENCIA

Módulo Profesional 1:

Operaciones de almacenaje

Asociado a la Unidad de Competencia 1: Organizar y controlar las operaciones de almacenaje de productos

CAPACIDADES TERMINALES

1.1. Aplicar métodos de organización interna y procedimientos de manipulación de existencias en el almacén.

1.2. Aplicar métodos de control y valoración de existencias y procedimientos de elaboración de inventarios, de acuerdo con la legislación vigente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Describir las relaciones y flujos de información generados entre el almacén y los restantes departamentos de empresas tipo.

Distinguir los diferentes tipos de existencias habituales en empresas de producción, comerciales y de servicios.

Interpretar la normativa aplicable a la manipulación de productos tipo y deducir sus implicaciones en la organización del almacén.

Describir las prestaciones y características técnicas básicas de los equipos de transporte interno y manipulación de mercancías más utilizados en operaciones de almacenaje.

Relacionar los medios de manipulación con productos tipo, justificando dicha relación en función de las características físicas y técnicas de ambos.

Analizar distintos tipos de organización del almacén y explicar ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos en función del tiempo de localización del producto, costes de almacenaje, movilidad en el almacén y características del producto.

En un caso práctico en el que se proporcionan las características de un almacén, los recursos humanos y materiales disponibles y los tipos de productos almacenados en una operación de distribución interna, deducir:

La asignación de recursos humanos y materiales.

La organización espacial del almacén, determinando la ubicación de cada tipo de producto.

Itinerarios de traslado interno de los productos que optimicen los tiempos de almacenaje.

Explicar los procedimientos administrativos relativos a la recepción, almacenamiento, distribución interna y expedición de existencias, precisando la función y los requisitos formales de los documentos generados.

Precisar los conceptos de "stock" óptimo y mínimo, identificando las variables que intervienen en su cálculo.

Precisar los conceptos de precio de adquisición y coste de producción y su función como normas contables de valoración de existencias.

Analizar los distintos métodos de valoración de existencias y sus implicaciones en la estimación del valor de coste de los productos vendidos y de las existencias finales, precisando los que son aceptados por la normativa contable.

Describir y caracterizar los diferentes tipos de inventarios y explicar la finalidad de cada uno de ellos.

Explicar los criterios de clasificación de existencias más utilizados.

En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre movimientos de existencias en un almacén simulado:

Especificar la información que deben incluir los albaranes y facturas correspondientes a las existencias recepcionadas.

Elaborar los albaranes y notas de entrega correspondientes a las existencias expedidas.

Registrar en fichas de almacén las existencias iniciales y las sucesivas recepciones y expediciones de productos.

Valorar las existencias, aplicando distintos métodos de valoración aceptados por la normativa contable.

Comparar los resultados obtenidos de la aplicación de los distintos métodos de valoración.

Elaborar el inventario de existencias, eligiendo el método más adecuado.

1.3. Relacionar los embalajes, etiquetas y medios de transporte con la tipología de los productos y destinos.

Interpretar la normativa que regula el embalaje y etiquetado de productos.

Enumerar los distintos medios de transporte existentes, y describir ventajas e inconvenientes.

Describir las características de los tipos de embalajes más utilizados y relacionarlas con las características físicas y técnicas de productos tipo.

Describir la información que recogen los tipos de etiquetado más utilizados y relacionarla con productos tipo.

En casos prácticos en los que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre expedición de mercancías:

Identificar la normativa de embalaje y etiquetado aplicable en cada supuesto.

Identificar el embalaje más adecuado a las características de la mercancía y medio de transporte.

Precisar la ubicación de la etiqueta en la mercancía y la información que debe incluir.

Proponer la distribución de las mercancías en el medio de transporte en función de sus características físicas y de los puntos de destino.

1.4. Interpretar la normativa de seguridad e higiene aplicable en distintos tipos de almacenes y productos.

Describir las medidas generales de seguridad que debe reunir cualquier almacén, de acuerdo con la normativa.

Dados diferentes tipos de almacenes y productos, convenientemente caracterizados, describir la normativa aplicable en cada caso, a la conservación de productos, acondicionamiento del almacén y prevención de siniestros y accidentes.

1.5. Utilizar aplicaciones informáticas de gestión de almacén.

Instalar las aplicaciones siguiendo las especificaciones establecidas.

Analizar las funciones y los procedimientos fundamentales de las aplicaciones instaladas.

En un caso práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre el movimiento de existencias en un almacén simulado:

Definir los archivos de parámetros de la aplicación según los datos propuestos.

Realizar altas, bajas y modificaciones en los archivos de productos, proveedores y clientes.

Registrar las entradas y salidas de existencias, actualizando los archivos correspondientes.

Elaborar, archivar e imprimir las fichas de almacén resultantes.

Elaborar, archivar e imprimir el inventario de existencias valorado.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

Almacenamiento y distribución interna de productos

Sistemas de almacenaje: ventajas e inconvenientes.

Bloques apilados.

Sistema convencional.

Sistema compacto.

Sistema dinámico.

Clasificación de los productos.

Procedimientos de manipulación de cargas o mercancías.

Medios mecánicos para la manipulación de las cargas o mercancías.
Manipulación de distintos tipos de cargas.
Cálculo de los costes de almacenaje y manipulación.
Factores que intervienen en la formación del coste.
Necesidades de recursos y organización interna.
Determinación de recursos humanos y materiales en almacén.
Procedimiento de organización de almacenes.
Diseño físico de distintos tipos de almacén.
Factores que afectan a la dimensión y diseño de almacenes.
Configuraciones alternativas de diseño.

Gestión de “stocks” e Inventarios

Criterios de clasificación de “stocks”.
Análisis de la rotación de existencias.
Período medio de almacenamiento.
Período medio de fabricación.
Período medio de venta.
“Stock” óptimo y mínimo.
Punto de pedido.
Pedidos, albaranes, facturas y notas de entrega.
Métodos de valoración de existencias.
PMP, FIFO, LIFO y otros.
Normas contables de valoración de existencias.
Precio de adquisición.
Coste de producción.
Correcciones valorativas.
Elaboración de fichas de almacén.
Inventarios: clasificación y elaboración.

Expedición de Mercancías

Medios de transporte.
Características más relevantes de cada medio.
Criterios de selección del medio.
El embalaje y etiquetado.
Tipos de embalaje según mercancía y destino.
Tipos de etiquetado según mercancía, medio de transporte y destino.
Normativa del embalaje y etiquetado.
Proceso de preparación de un pedido.

Normativa de seguridad e higiene

Aplicación de las normas según el tipo de almacén y mercancías.
Conservación de productos.
Acondicionamiento y distribución del almacén.
Normativa que regula la prevención de accidentes en el almacén.

Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes

Módulo Profesional 2:

Animación del punto de venta

Asociado a la Unidad de Competencia 2: Realizar las actividades de animación del punto de venta

CAPACIDADES TERMINALES

2.1. Aplicar las técnicas de escaparatismo en función de unos objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.

2.2. Aplicar técnicas de rotulación en la realización de distintos tipos de carteles para establecimientos comerciales, utilizando los materiales y equipos adecuados.

2.3. Definir soluciones para calentar una “zona fría” de venta en distintos tipos de establecimientos comerciales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Describir los elementos, materiales e instalaciones esenciales que componen un escaparate.

Explicar los efectos psicológicos en el consumidor que producen las distintas técnicas de escaparatismo utilizadas.

Explicar las funciones de las técnicas de escaparatismo respecto a la composición del escaparate y la potenciación de artículos.

Describir los diferentes efectos visuales conseguidos con distintas combinaciones tipo de color y luz.

Explicar los efectos que produce sobre el consumidor la aplicación de las distintas técnicas de escaparatismo.

A partir del diseño de un escaparate definido:

Interpretar los objetivos que persigue.

Seleccionar los materiales.

Organizar la ejecución.

Realizar la composición y montaje, aplicando técnicas de escaparatismo.

A partir de la caracterización de un establecimiento comercial, una clientela potencial, y unos efectos deseados:

Determinar las técnicas de escaparatismo específicas para aplicar en el diseño del escaparate.

Definir los criterios de composición y montaje del escaparate.

Definir los criterios de selección de los materiales.

Diseñar el escaparate que se adapte a los objetivos definidos, aplicando los métodos de proyección adecuados y las técnicas precisas.

Identificar y relacionar las diferentes familias de letras con los efectos que producen.

Realizar distintos carteles a partir de la caracterización de un establecimiento y de los mensajes que se quieren transmitir, aplicando las técnicas de rotulación y combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color.

Utilizar programas informáticos de edición en la confección de carteles a partir de la caracterización de un establecimiento y de los mensajes que se quieren transmitir.

Describir diferentes comportamientos y hábitos de consumidores tipo en el punto de venta.

Explicar el concepto de “zona fría” y “zona caliente”.

Especificar los distintos métodos y procedimientos para calentar una “zona fría”, señalando el efecto que cada uno de ellos produce en el consumidor.

A partir de un supuesto práctico en el que se caracteriza convenientemente un establecimiento comercial:

Distinguir las “zonas frías” y “calientes” del mismo.

Proponer un método para calentar las “zonas frías” y explicar el efecto esperado.

2.4. Aplicar procedimientos de organización y preparación de lineales en función de criterios comerciales, optimización de espacios y complementariedad de productos.

Explicar el efecto que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.

Clasificar los productos en familias observando la normativa vigente.

Identificar los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.

En un caso práctico convenientemente caracterizado en el que se proporciona información sobre rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial:

Estimar el momento oportuno en el que hay que realizar la reposición del producto en el lineal, evitando roturas de "stock".

Dados unos determinados productos y un lineal:

Organizar la distribución y colocación de los productos en el mismo, aplicando técnicas de "merchandising".

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Organización del punto de venta

Espacios en el punto de venta.

Criterios para la distribución de la superficie de venta.

Ubicación de los sectores más importantes en distintos tipos de establecimientos.

Recursos humanos y materiales en el punto de venta.

Comportamiento del cliente en el punto de venta.

Principales instrumentos de conocimiento del consumidor.

Gestión del área expositiva

Determinación del lineal mínimo.

Cálculo del lineal mínimo para distintos productos en función de las dimensiones del establecimiento.

Distribución de familias de artículos en el lineal.

Concepto de familia de productos.

Criterios de reparto de las familias en el lineal.

Implantación vertical y horizontal de productos.

Reglas para la implantación de cualquier familia de productos.

Particularidades en algunos sectores.

Escaparatismo

Función del escaparate.

Efectos psicológicos y sociológicos del escaparate en el consumidor.

Técnicas de escaparatismo.

Teorías del color.

Técnicas de iluminación.

Técnicas de composición.

Elementos y materiales de un escaparate.

Interiorismo comercial.

Diseño de escaparates.

Estilismo, metodología proyectual.

Tipos de escaparates.

Organización de la ejecución de un escaparate definido.

Fases de la ejecución.

Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate.

Cartelística en el punto de venta

Tipos de letras.
Técnicas de rotulación.
Principales tipos de carteles.
Aplicaciones informáticas gráficas y de autoedición.

Promoción en el punto de venta

“Puntos calientes” y “puntos fríos” en el establecimiento comercial.
Métodos físicos y psicológicos para “calentar los puntos fríos”.
Áreas de bases.
Indicadores visuales.
Productos ganchos.
Centros de atención e información en el punto de venta.
La publicidad en el lugar de venta (P.L.V.).
Expositores.
Carteles.
“Displays”.
Máquinas expendedoras.
Letreros luminosos.

Módulo Profesional 3: Operaciones de venta

Asociado a la Unidad de Competencia 3: Realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios

CAPACIDADES TERMINALES

3.1. Analizar y aplicar las técnicas adecuadas en la venta de productos y servicios.

3.2. Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos.

3.3. Aplicar métodos comerciales de atención al cliente en procesos de venta definidos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Describir las fases fundamentales de un proceso de venta en situaciones tipo.
Interpretar los parámetros que determinan la tipología del cliente.

Precisar las variables que intervienen en la conducta del cliente, distinguiendo entre consumidores por impulso y compradores racionales.

Describir la actitud y los espacios de comportamiento básicos que debe desarrollar un vendedor en las relaciones comerciales.

Explicar las técnicas básicas de inicio de relaciones comerciales en función del tipo de cliente.

Explicar las técnicas de venta básicas para captar la atención y despertar el interés en función del tipo de cliente.

Explicar las técnicas básicas de negociación de condiciones y de cierre de la venta en función del tipo de cliente.

Describir la influencia del conocimiento de las características del producto o servicio en distintos tipos de venta.

En la simulación de una entrevista con un cliente supuesto, y a partir de información convenientemente caracterizada:

Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de compra, realizando las preguntas oportunas.

Describir con claridad las características del producto, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente.

Mantener una actitud correcta que facilite la decisión de compra

Rebatir adecuadamente las objeciones en función del tipo de cliente.

Utilizar las técnicas de venta adecuadas en cada fase de la entrevista.

Evaluar críticamente la actuación desarrollada.

Interpretar los parámetros básicos que intervienen en un plan de ventas.

Identificar la información relevante sobre la cartera de clientes para la programación de la actuación de venta.

Describir las fases básicas en la programación de actuaciones de venta.

Describir las características de un argumentario de venta, precisando su función.

A partir de información convenientemente caracterizada sobre objetivos de venta, cartera de clientes y características de la empresa y del producto, realizar una programación de la acción de venta que incluya:

Número y frecuencia de visitas.

Rutas que optimicen el tiempo y coste.

Líneas y márgenes de actuación para la consecución de los objetivos.

Argumentario de venta.

A partir de un producto determinado y una imagen definida, seleccionar y realizar el empaquetado y embalado adecuado a las características físicas del producto y a la imagen que se quiere transmitir.

Definir los parámetros que caracterizan la atención adecuada a un cliente.

Describir los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta.

Explicar el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.

Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de atención al público y en la mediación de reclamaciones.

Clasificar y caracterizar las distintas etapas de un proceso comunicativo contextualizándolas en situaciones de atención al cliente.

A partir de la simulación de una situación de atención a un cliente:

Identificar los elementos de la comunicación y analizar el comportamiento del cliente.

Adaptar su actitud y su discurso a la situación de la que se parte.

Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.

A partir de un supuesto de solicitud de información a un determinado organismo o departamento:

Elaborar el escrito que observe el tratamiento adecuado al organismo y que esté redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.

En una supuesta conversación telefónica con un cliente:

Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.

Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.

Favorecer la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.

Dado un tema concreto para exponer:

Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores.

3.4. Confeccionar los documentos básicos derivados de la actuación en la venta, aplicando la normativa vigente y de acuerdo con objetivos definidos.

Identificar e interpretar la normativa mercantil aplicable a los contratos de compraventa.

A partir de unas condiciones pactadas en la venta de un producto o servicio, confeccionar el contrato de venta que formalice la ejecución de la operación de acuerdo con la normativa aplicable.

Dada la caracterización de un producto o servicio, un objetivo comercial y unas condiciones de venta base prefijadas por la dirección:

Elaborar la oferta que se presentará a un cliente.

Dados unos datos históricos que caracterizan clientes y actuaciones de venta definidas:

Confeccionar estadísticas que agrupen los datos en un documento que suponga fácil interpretación y consulta.

3.5. Realizar los cálculos derivados de operaciones de venta definidas, aplicando las fórmulas comerciales adecuadas.

Definir la fórmula de interés simple, descuento comercial y racional.

Definir el concepto de divisa y el concepto de cambio.

Describir las variables que intervienen en la formación del precio de venta.

En un supuesto práctico en el que se caracteriza una venta, con aplazamiento de pago y condiciones especiales en el proceso pactado:

Calcular el precio final de la operación, aplicando la fórmula adecuada.

Interpretar el resultado.

Dados unos datos sobre la cotización de una moneda extranjera en el mercado de divisas:

Calcular el valor equivalente en moneda nacional.

En un supuesto práctico que cuantifica los diferentes tipos de coste que han intervenido en la obtención de un producto, porcentaje de margen comercial previsto, porcentaje de descuento posible en función de las condiciones de pago y tasas que gravan la operación, calcular:

Precio de venta total.

Descuentos en función de las distintas opciones de pago descritas.

En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre operaciones económicas y financieras en un establecimiento comercial simulado:

Calcular el precio de venta aplicando el margen comercial propuesto.

Calcular el importe de las ventas propuestas, aplicando los descuentos, bonificaciones y el IVA que corresponda.

Calcular los intereses generados del aplazamiento del cobro de las ventas realizadas.

Calcular los descuentos y comisiones correspondientes a la negociación propuesta de efectos comerciales.

3.6. Manejar el Terminal Punto de Venta (TPV) y medios de pago electrónicos de manera que se registren cobros y pagos simulados de una determinada actividad comercial.

Enumerar y explicar los diferentes tipos de codificación comercial.

Enumerar y explicar las funciones del teclado de TPV.

Simular los distintos tipos de cobros y pagos de mercancías que se pueden realizar en un día en un supuesto establecimiento comercial, utilizando correctamente un TPV dado y medios de pago electrónicos.

Citar y describir las innovaciones tecnológicas asociadas a un TPV y medios de pago electrónicos que existan en la actividad comercial actual y explicar el proceso que se debe seguir en su utilización.

CONTENIDOS (Duración 160 horas)

Aspectos básicos de la venta

Las necesidades y los gustos del cliente.

Motivos relacionados con las necesidades.

Variables que condicionan o determinan los intereses de consumo del cliente.

La motivación, frustración y los mecanismos de defensa.

La teoría del Maslow.

Las necesidades según las conductas.

Perfil psicológico de los distintos clientes.

La rejilla, el perfil psicológico de los clientes y la jerarquía de las necesidades de Maslow.

El vendedor

Cualidades que debe reunir un buen vendedor.

Aptitudes para la venta y su desarrollo.

Conceptos psicológicos relacionados con la comunicación.

Las relaciones con los clientes.

Características esenciales de los productos y/o servicios que debe conocer un vendedor.

La comunicación

El proceso de comunicación.

Emisores, transmisores.

Canales, mensajes.

Receptores, decodificadores.

Comunicación escrita.

Normas de comunicación y expresión escrita.

Modelos de comunicación.

Cartas comerciales.

Cartas circulares.

Comunicaciones breves.

La instancia, el oficio y el certificado.

Comunicación oral.

Técnicas de recepción y transmisión de mensajes orales.

Concreción e interpretación adcauda de preguntas.

Precisión y claridad en el lenguaje.
 Aplicación adecuada de gestos y expresión facial.
 Verificación de la comprensión del mensaje.
 Medios y equipos de comunicación.
 Evolución de los sistemas de comunicación.
 La telemática.
 El Modem.
 El correo electrónico.

Técnicas de venta

Fases de la venta.
 Planificación de la negociación.
 Prácticas de venta adecuadas al tipo de cliente.
 Conocimiento del cliente. Tipología de los clientes.
 Acercamiento al cliente.
 Comunicación.
 Técnicas para rebatir objeciones.
 Clasificación de las objeciones.
 Distintas reglas para el tratamiento de las objeciones.
 El cierre de la venta.
 Transición del discurso de venta al cierre.
 Técnicas de cierre.

Elaboración del contrato de compraventa

Clausulado.
 Normativa que regula los contratos de compraventa.
 Confección del documento.
 Formatos tipo.
 Normas de elaboración del documento.

Presentación y demostración de un producto y/o servicio

Objetivos de la demostración.
 Puntos que se deben destacar en la presentación o demostración.
 Proceso y métodos de empaquetado.
 Técnicas de aplicación.

La organización de la venta

Estructura/organigrama del departamento de ventas.
 Planificación de las visitas de venta.
 Análisis de la zona de ventas y objetivos.
 Programación de visitas y rutas.
 Argumentario de venta.
 Tratamiento de la información comercial derivada.
 Errores y soluciones en la organización de la venta.

Aplicación del cálculo comercial en la venta

Interés simple.
 Cálculo de precios.
 Descuento comercial.
 "Rappels".
 Márgenes.
 Cambio extranjero.

Concepto.
Moneda extranjera.

**Terminal de punto de venta
(T.P.V.)**

Medios de pago electrónico. La transferencia electrónica de fondos.
Código EAN y/o código de barras.
Concepto y tipos de terminales más usuales.
El datáfono.
Terminales pesados.
Los terminales de los grandes comerciantes.
Uso y manejo de las cajas registradoras y el T.P.V.

Módulo Profesional 4:

Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial*Asociado a la Unidad de Competencia 4: Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial*

CAPACIDADES TERMINALES

4.1. Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de la información relevante en el estudio de la implantación de un pequeño establecimiento comercial.

4.2. Analizar los procedimientos para la constitución y puesta en marcha de un pequeño establecimiento comercial, de acuerdo con la legislación vigente.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Identificar las variables económicas y comerciales fundamentales que deben considerarse para determinar la actividad, dimensión, ubicación y organización funcional de un pequeño establecimiento comercial, precisando las fuentes que proporcionan información relevante al respecto.

Enumerar los organismos públicos y privados de apoyo al desarrollo de la actividad de establecimientos comerciales, identificando su función específica.

Explicar el concepto de fuente primaria, secundaria directa e indirecta y definir procedimientos para obtener información de las mismas.

A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se precisa una determinada información para la prospección de un mercado concreto:

Identificar las fuentes de información secundarias y los procedimientos de acceso a las mismas.

Seleccionar la fuente de información secundaria que puede proporcionar el valor más fiable de las variables definidas.

Confeccionar un formato para la recogida de datos que se adapte a las necesidades de información.

A partir de unos datos convenientemente caracterizados relativos a magnitudes económicas y comerciales de un determinado sector:

Aplicar los estadísticos que suministren información sobre la situación en cada mercado.

Interpretar y analizar estadísticamente los resultados obtenidos, deduciendo conclusiones.

Aplicar los programas informáticos adecuados.

Dado un segmento de mercado claramente caracterizado y un objetivo comercial:

Definir la muestra representativa del segmento de mercado definido.

Diseñar una encuesta con la que se recojan datos fundamentales para el estudio.

Utilizar aplicaciones informáticas adecuadas.

Distinguir las diferentes formas jurídicas de empresa, identificando en cada caso el grado de responsabilidad y los requisitos legales mínimos para su constitución.

Describir los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución y establecimiento de una empresa, especificando los documentos requeridos, los organismos en los que se tramitan y la forma y el plazo requeridos.

Interpretar la legislación específica que regula la actividad de pequeños establecimientos comerciales en determinados sectores.

A partir de un supuesto práctico de constitución y puesta en marcha de un pequeño establecimiento comercial convenientemente caracterizado:

Identificar e interpretar la legislación vigente aplicable al supuesto definido.

Identificar los organismos oficiales que tramitan la documentación exigida.

Cumplimentar correctamente la documentación requerida y describir el proceso de tramitación de la misma.

4.3. Analizar los elementos patrimoniales necesarios para el desarrollo de la actividad de un pequeño establecimiento comercial.

Precisar las diferencias entre inversión, gasto y pago y entre ingreso y cobro. Definir los conceptos de Activo, Pasivo exigible y Neto, precisando su relación fundamental.

Identificar las necesidades fundamentales de inversión en inmovilizado en pequeños establecimientos comerciales tipo.

Deducir ventajas e inconvenientes de la autofinanciación en un pequeño establecimiento comercial.

Identificar las fuentes y formas más habituales de financiación ajena para el desarrollo de la actividad de un pequeño establecimiento comercial.

Interpretar la información que suministran los ratios económico-financieros más utilizados en la valoración de la situación patrimonial de pequeños establecimientos comerciales.

Explicar el ciclo de negocio básico de un pequeño establecimiento comercial, estableciendo la relación adecuada entre los flujos de compras, ventas, pagos y cobros.

A partir de los ratios financieros convenientemente caracterizados más relevantes de un determinado sector en pequeños establecimientos comerciales:

Deducir la composición y proporción idónea de los elementos patrimoniales en este tipo de establecimientos comerciales.

4.4. Interpretar la legislación laboral vigente y convenios colectivos de determinados sectores de la actividad de comercio, definiendo las implicaciones en la gestión de las relaciones laborales.

Describir las características básicas de los distintos tipos de contratos laborales, identificando sus requisitos, duración, jornada, trámites de formalización y subvenciones y exenciones, en su caso.

Precisar las variables laborales que regula el convenio colectivo del sector.

Definir las obligaciones laborales de un empresario autónomo, identificando documentación y trámites exigidos, procedimientos y plazos establecidos.

Explicar y/o identificar los trámites, documentos y plazos relativos a:

La inscripción de la empresa en la Seguridad Social.

Afiliación de trabajadores a la Seguridad Social, alta, baja y variación de datos.

Declaración-liquidación de aportaciones de la empresa y trabajadores a la Seguridad Social.

Definir los conceptos salariales básicos que componen una nómina tipo.

Explicar y/o identificar los trámites, documentos y plazos relativos a la declaración-liquidación de las retenciones realizadas a los trabajadores a cuenta del IRPF.

4.5. Analizar los procedimientos administrativos básicos relativos a la gestión de un establecimiento comercial e interpretar y/o elaborar la documentación generada.

Identificar y caracterizar los documentos mercantiles básicos generados en la actividad comercial de un pequeño establecimiento comercial, distinguiendo su función y los requisitos legales que deben reunir.

Identificar los requisitos legales básicos de los contratos de compraventa y de alquiler de bienes inmuebles.

Describir las fases del proceso contable de la información económico-financiera.

Describir los parámetros relevantes que deben considerarse en la selección de ofertas de proveedores y que son susceptibles de negociación.

Interpretar y describir las normas de valoración fundamentales definidas por el Plan General de Contabilidad para:

El inmovilizado

Las existencias

Las compras y gastos

Las ventas e ingresos

Interpretar y describir la información fundamental que proporciona el Balance de Situación y la Cuenta de Resultados.

A partir de operaciones de compraventa convenientemente caracterizadas, elaborar correctamente:

Las notas de pedido

Los albaranes y facturas
 Las letras de cambio
 Los recibos
 Los cheques

utilizando los modelos documentales adecuados.

A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado de liquidación de una cuenta corriente o de ahorro, realizar correctamente los cálculos, aplicando un método utilizado habitualmente en la práctica bancaria.

Explicar el procedimiento que se sigue en la liquidación de cuentas corrientes y de ahorro, la gestión de cobro y descuento de efectos comerciales, la concesión y amortización de préstamos y de líneas de crédito bancario.

4.6. Estimar las obligaciones fiscales derivadas del funcionamiento de un pequeño establecimiento comercial, de acuerdo con la normativa vigente.

Describir las características de los impuestos indirectos que afectan al tráfico de la empresa y los directos sobre beneficios.

Precisar el calendario fiscal correspondiente a las empresas individuales y colectivas.

Explicar los regímenes fiscales del IVA y los sujetos pasivos a los que se les aplica.

Describir los procedimientos de declaración-liquidación del:

IAE
 IVA
 IRPF

Impuesto sobre sociedades correspondiente a una pequeña empresa.

Describir el tipo de responsabilidad en que se incurre por incumplimiento de las obligaciones fiscales.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

La empresa y su entorno

Concepto jurídico-económico de empresa.
 Definición de la actividad.
 Estructura organizativa y funcional.
 Localización, ubicación y dimensión legal de la empresa.
 Regulación aplicable en materia de comercio interior y consumo.
 Instituciones competentes en comercio interior.

Estructuras de distribución comercial

Comercio interior y estructuras comerciales.
 Asociacionismo e integración.
 Nuevo desarrollo de la distribución.

La investigación de mercados en la implantación de pequeños establecimientos comerciales

Objetivos de la investigación.
 Variables que afectan al objeto de un estudio comercial.
 Fuentes de información.
 Tipos de investigación comercial.
 Fases del estudio de mercado.
 Técnicas de investigación.
 Obtención de información.
 Aplicación de la estadística en la investigación de mercados.

Creación y legalización de pequeños establecimientos comerciales

Formas jurídicas de las empresas.
Empresario individual: características, responsabilidades.
Empresario social: características, tipos de sociedades.
Gestión de la constitución y puesta en marcha. Trámites oficiales y documentación.
Elementos patrimoniales.
Recursos humanos y materiales.

Regulación de las relaciones laborales

Obligaciones laborales.
Convenio del sector.
Diferentes tipos de contratos laborales.
Nómina.
Seguros sociales.

Gestión administrativa

Documentación administrativa.
Confección de documentos mercantiles relacionados con la compraventa.
Confección de documentos mercantiles relacionados con el cobro/pago.
Contabilidad y libros contables.
El ciclo contable.
El Plan General de Contabilidad.
Principales libros contables: libro de inventarios y cuentas anuales, libro diario, libro mayor.
Servicios bancarios para la pequeña empresa.
Compraventa y alquiler de bienes inmuebles.

Obligaciones fiscales

Calendario fiscal.
Impuestos más importantes que afectan a la actividad de la empresa.
Regímenes fiscales del I.V.A. y sujetos pasivos.
Liquidación de I.V.A. e I.R.P.F.
Los libros de I.V.A. y registros auxiliares.

Gestión financiera de una empresa

Fuentes de financiación.
Financiación propia.
Financiación ajena.
Las entidades de crédito y sus operaciones. Negociación de efectos. Factura de negociación. Cuentas corrientes.
Interés compuesto. Valores finales y valores actuales. Tipos nominales y tipos efectivos.
Préstamos bancarios a corto y largo plazo.
El "leasing". El "factoring".
Ayudas y subvenciones a la pequeña empresa.
Ratios económico-financieros del sector.

Proyecto empresarial

2.3. MÓDULOS PROFESIONALES TRANSVERSALES

Módulo Profesional 5: Aplicaciones informáticas de propósito general

CAPACIDADES TERMINALES

5.1. Interpretar las funciones básicas de los elementos lógicos y físicos que componen un sistema informático.

5.2. Aplicar, como usuario, las utilidades, funciones y procedimientos de un sistema operativo monousuario.

5.3. Aplicar los comandos o instrucciones necesarios para la realización de operaciones básicas con un sistema conectado en red de área local.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Explicar las funciones básicas de la unidad central de proceso y de los equipos periféricos, relacionándolas con las fases comunes de un proceso de datos.

Distinguir las funciones básicas de la memoria interna, precisando la incidencia de su capacidad de almacenamiento en las prestaciones del sistema informático.

Clasificar los equipos periféricos utilizados habitualmente según su función en el proceso de datos.

Distinguir las características básicas de los distintos soportes de archivo utilizados habitualmente en el segmento de ordenadores personales.

Describir las características generales de algunos modelos tipo en el mercado de ordenadores personales.

Precisar el concepto de byte y definir sus múltiplos.

Definir el concepto de programa.

Precisar los conceptos de registro y archivo informático.

Explicar el concepto de aplicación informática y enumerar las aplicaciones tipo en la gestión empresarial.

A partir de un caso práctico sobre un sistema informático del que se dispone de un software instalado y de su documentación básica, identificar:

El "hardware" del sistema.

El sistema operativo y sus características.

La configuración del sistema.

Las aplicaciones instaladas.

Los soportes de información utilizados por el sistema.

Explicar la estructura, funciones y características básicas de un sistema operativo monousuario.

Instalar un sistema operativo monousuario.

Precisar el concepto de comando, distinguiendo entre comandos internos y externos.

Poner en funcionamiento el equipo informático y verificar los distintos pasos que tienen lugar identificando las funciones de carga del sistema operativo.

A partir de supuestos prácticos: manejar las utilidades, funciones y procedimientos del sistema operativo, justificando la sintaxis o, en su caso, el protocolo de operación.

Crear ficheros que manejen órdenes del sistema operativo.

Describir las funciones básicas del servidor de red.

Explicar la sintaxis relativa a los comandos e instrucciones básicas del sistema operativo de red.

En un caso práctico, realizar, a través del sistema operativo de red, operaciones de copia, actualización y transmisión de la información almacenada previamente en el disco duro del servidor.

5.4. Manejar como usuario un procesador de texto, una hoja de cálculo y una base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.

Distinguir, identificar y explicar la función de las aplicaciones: Procesador de textos, hoja de cálculo y base de datos.

Instalar adecuadamente las aplicaciones informáticas.

Acceder a las aplicaciones de tratamiento de textos, hojas de cálculo y base de datos, a través de procedimientos definidos.

A partir de supuestos prácticos:

Manejar el procesador de texto, utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para la edición, recuperación, modificación, almacenamiento, integración... de textos.

Manejar hojas de cálculo utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el tratamiento de datos.

Manejar bases de datos utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.

Intercambiar datos o información entre aplicaciones de tratamiento de textos, hoja de cálculo y bases de datos.

Elaborar, copiar, transcribir y cumplimentar información y documentación.

Realizar copias de seguridad de los paquetes de aplicación y de la información manejada.

Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

A partir de casos prácticos:

Interpretar los procedimientos de seguridad, protección e integridad establecidos en el sistema.

Aplicar los procedimientos anteriores desde el sistema operativo, desde el "hardware" y/o desde una aplicación.

Detectar fallos en los procedimientos de seguridad y protección establecidos y utilizados.

Argumentar y proponer soluciones.

CONTENIDOS (Duración 130 horas)

Introducción a la informática

Procesos de datos e informática.

Diferencias entre datos e información.

Funciones y fases de un proceso de datos tipo.

Proceso electrónico de datos.

Elementos del "hardware".

Estructura modular del sistema físico.

Unidad Central de Proceso.

Concepto de "bus" e "interface".

Equipos periféricos.

Unidades y soportes físicos.

Periféricos de entrada.

Periféricos de salida.

Representación interna de datos.

Concepto de "bit".

Sistemas de codificación de caracteres.

Concepto y múltiplos del "byte".

Archivos y registros.

Elementos del "software".

Concepto de programa.

Lenguaje máquina y lenguajes de alto nivel: conceptos básicos.

Programas de usuario: aplicaciones.

Sistemas operativos

Funciones básicas de un sistema operativo.
Sistemas operativos monousuario y multiusuario.
Utilización de sistemas operativos monousuario.
Comandos del sistema operativo.
Creación de ficheros "batch".
Configuración y carga del sistema operativo.
Procedimientos de protección de información.
Entornos de usuario.
Utilización de entornos de usuario.
Estructura y funciones del entorno de usuario.
Procedimientos de trabajo e impresión.

Redes locales

Tipos básicos de redes de área local.
Componentes físicos de redes locales.
Servidores.
Estaciones de trabajo.
Periféricos.
Conexiones.
Sistema operativo de redes locales.
Utilidades básicas del supervisor o administrador.
Utilidades de usuario.

Procesadores de texto

Estructura y funciones de un procesador de textos.
Instalación y carga de procesadores de texto.
Diseño de documentos.
Formato de documento.
Formato de línea.
Formato de página.
Formato de columnas.
Tablas: formato de columnas y celdas.
Edición de textos.
Funciones de edición.
Procedimientos de escritura, inserción y borrado de textos.
Procedimientos de búsqueda y sustitución de textos.
Operaciones con bloques de texto.
Procedimientos para enfatizar textos.
Numeración automática de líneas. Cabeceras y notas a pie de página.
Procedimientos de trabajo con varios textos.
Inserción de gráficos.
Correctores ortográficos y diccionario de sinónimos.
Gestión de archivos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de archivos de texto.
Ejecución de órdenes del sistema operativo desde el procesador de textos.
Procedimientos de protección de archivos.

- Impresión de textos.
 - Control de impresión.
 - Configuración de la impresora.
 - Procedimientos de impresión de textos.
 - Procedimientos de impresión de archivos.
- Creación de índices y sumarios.
- Interoperaciones con otras aplicaciones.

Hojas de cálculo

- Estructura y funciones de una hoja de cálculo.
- Instalación y carga de hojas de cálculo.
- Diseño de hojas de cálculo.
 - Capacidad de la hoja de trabajo.
 - Formato de la hoja de trabajo: filas, columnas y celdas.
 - Formato de datos.
 - Formatos por omisión.
 - Procedimientos para relacionar filas, columnas y celdas.
 - Procedimientos para establecer rangos.
- Edición de hojas de cálculo.
 - Procedimientos de introducción de datos.
 - Procedimientos de movimiento de datos.
 - Procedimientos de cálculo.
 - Procedimientos de presentación.
 - Procedimientos de utilización de fórmulas.
 - Procedimientos de trabajo con varias hojas de cálculo.
- Gestión de archivos.
 - Procedimientos de búsqueda y recuperación de hojas de cálculo.
 - Procedimientos de grabación de hojas de cálculo.
- Impresión de hojas de cálculo.
 - Control de impresión.
 - Procedimientos de impresión de hojas de trabajo.
 - Procedimientos de impresión de archivos.
 - Procedimientos de impresión de fórmulas.
 - Procedimientos de impresión de gráficos.
- Utilización de macros.
- Representación gráfica de hojas de cálculo.
- Interoperaciones con otras aplicaciones.

Bases de datos

- Estructura y funciones de una base de datos.
- Tipos de bases de datos.
- Bases de datos documentales.
- Instalación y carga de una base de datos.
- Diseño de bases de datos.
- Utilización de bases de datos.
 - Procedimientos de búsqueda y recuperación de archivos y registros.
 - Procedimientos de grabación de información.
 - Procedimientos de modificación y borrado de archivos y registros.
 - Procedimientos de consulta.

Procedimientos de impresión.
Procedimientos de protección de datos.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Aplicaciones gráficas y de autoedición

Estructura y funciones de programas gráficos y de autoedición.
Instalación y carga de aplicaciones gráficas y de autoedición.
Tipos de gráficos soportados.
Procedimientos de diseño de gráficos.
Procedimientos de presentación de gráficos.
Procedimientos de integración de gráficos en documentos.
Procedimientos de búsqueda, recuperación y grabación de gráficos.
Procedimientos de protección de datos.
Interoperaciones con otras aplicaciones.

Paquetes integrados

Objetivos y funciones de programas integrados.
Instalación y carga de paquetes integrados.
Modularidad de paquetes integrados.
Procedimientos de importación-exportación.

Módulo Profesional 6: Lengua extranjera o de la comunidad autónoma (1)

CAPACIDADES TERMINALES

6.1. Obtener información global, específica y profesional en situación de comunicación tanto presencial como no presencial, en la lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma.

6.2. Producir mensajes orales en lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma, tanto de carácter general, como sobre aspectos del sector, en un lenguaje adaptado a cada situación.

6.3. Traducir textos sencillos relacionados con la actividad profesional, utilizando adecuadamente los libros de consulta y diccionarios técnicos.

6.4. Elaborar y cumplimentar documentos básicos en lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma correspondientes al sector profesional, partiendo de datos generales y/o específicos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Después de escuchar y/o visualizar una grabación de corta duración en lengua extranjera o en la de la C.A.:

Captar el significado del mensaje.

Responder a una lista de preguntas cerradas.

Reconocer las técnicas profesionales que aparecen en la grabación.

A partir de un impreso informativo en lengua extranjera o en la de la C.A.:

Identificar el mensaje principal/real.

Detectar la terminología del mensaje informativo.

Destacar los elementos gramaticales característicos.

Después de escuchar atentamente una conversación breve en la lengua extranjera o en la de la C.A.:

Captar el contenido global.

Distinguir el objetivo de la conversación.

Especificar el registro lingüístico utilizado por los interlocutores.

Dada una supuesta situación de comunicación a través del teléfono en lengua extranjera o en la de la C.A.:

Contestar identificando al interlocutor.

Averiguar el motivo de la llamada.

Anotar los datos concretos para poder transmitir la comunicación a quien corresponda.

Dar respuesta a una pregunta de fácil solución.

Pedir información telefónica de acuerdo con una instrucción recibida previamente, formulando las preguntas oportunas de forma sencilla y tomando nota de los datos pertinentes.

Simulando una conversación en una visita o entrevista:

Presentar y presentarse de acuerdo con las normas de protocolo.

Mantener una conversación utilizando las fórmulas y nexos de comunicación estratégicas (pedir aclaraciones, solicitar información, pedir a alguien que repita...).

Traducir un manual de instrucciones básicas de uso corriente en el sector profesional, con la ayuda de un diccionario técnico.

Traducir un texto sencillo relacionado con el sector profesional.

Dados unos datos generales, cumplimentar y/o completar un texto (contrato, formulario, documento bancario, factura, recibo, solicitud, etc...).

A partir de un documento escrito, oral o visual:

Extraer las informaciones globales y específicas para elaborar un esquema.

Resumir en la lengua extranjera o en la de la C.A. el contenido del documento, utilizando frases de estructura sencilla.

Dadas unas instrucciones concretas en una situación profesional simulada:

Escribir un fax, telex, telegrama...

Redactar una carta transmitiendo un mensaje sencillo.

Elaborar un breve informe en lengua extranjera o en la de la C.A.

6.5. Valorar y aplicar las actitudes y comportamientos profesionales del país de la lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma, en una situación de comunicación.

A partir de la visualización, audición o lectura de un documento auténtico, señalar y diferenciar las características profesionales propias del país de la lengua extranjera o de la C.A.

Supuesto un viaje al país de la lengua extranjera, o una visita a una empresa del sector dentro de la C.A., responder a un cuestionario propuesto, seleccionando las opciones correspondientes a posibles comportamientos relacionados con una situación profesional concreta.

CONTENIDOS (Duración 120 horas)

Uso de la lengua oral

Participación en conversaciones relativas a situaciones cotidianas y a situaciones de aprendizaje profesional.

Glosario de términos socioprofesionales.

Aspectos formales (actitud adecuada al interlocutor de lengua extranjera).

Aspectos funcionales (participar en diálogos dentro de un contexto).

Utilización de expresiones de uso frecuente e idiomáticas en el ámbito profesional y fórmulas básicas de interacción socioprofesional.

Desarrollo de la capacidad de comunicación utilizando las estrategias que estén a su alcance para familiarizarse con otras formas de pensar, y ordenar la realidad con cierto rigor en la interpretación y producción de textos orales.

Uso de la lengua escrita

Comprensión y producción de documentos sencillos (visuales, orales y escritos) relacionados con situaciones de la vida cotidiana introduciendo la dimensión profesional.

Utilización del léxico básico, general y profesional, apoyándose en el uso de un diccionario.

Selección y aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales en los textos escritos (estructura de la oración, tiempos verbales, nexos...).

Aspectos socioprofesionales

Análisis de los comportamientos propios del país de la lengua extranjera en las posibles situaciones de la vida cotidiana profesional.

Normas de conducta en el ámbito de las relaciones socioprofesionales en el país de la lengua extranjera.

Recursos formales y funcionales como medio de comunicación apropiado en las relaciones socioprofesionales del país de la lengua extranjera.

Módulo Profesional 7: Relaciones en el equipo de trabajo

CAPACIDADES TERMINALES

7.1. Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación para recibir y transmitir instrucciones e información.

7.2. Afrontar los conflictos y resolver, en el ámbito de sus competencias, problemas que se originen en el entorno de un grupo de trabajo.

7.3. Trabajar en equipo y, en su caso, integrar y coordinar las necesidades del grupo de trabajo en unos objetivos, políticas y/o directrices predeterminados.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Describir los elementos básicos de un proceso de comunicación.

Clasificar y caracterizar las etapas del proceso de comunicación.

Identificar las barreras e interferencias que dificultan la comunicación.

En supuestos prácticos de recepción de instrucciones analizar su contenido distinguiendo:

El objetivo fundamental de la instrucción

El grado de autonomía para su realización

Los resultados que se deben obtener

Las personas a las que se debe informar

Quién, cómo y cuando se debe controlar el cumplimiento de la instrucción.

Transmitir la ejecución práctica de ciertas tareas, operaciones o movimientos comprobando la eficacia de la comunicación.

Demostrar interés por la descripción verbal precisa de situaciones y por la utilización correcta del lenguaje.

En casos prácticos, identificar los problemas, factores y causas que generan un conflicto.

Definir el concepto y los elementos de la negociación.

Demostrar tenacidad y perseverancia en la búsqueda de soluciones a los problemas.

Discriminar entre datos y opiniones.

Exigir razones y argumentaciones en las tomas de postura propias y ajenas.

Presentar ordenada y claramente el proceso seguido y los resultados obtenidos en la resolución de un problema.

Identificar los tipos y la eficacia de los posibles comportamientos en una situación de negociación.

Superar equilibrada y armónicamente las presiones e intereses entre los distintos miembros de un grupo.

Explicar las diferentes posturas e intereses que pueden existir entre los trabajadores y la dirección de una organización.

Respetar otras opiniones demostrando un comportamiento tolerante ante conductas, pensamientos o ideas no coincidentes con las propias.

Comportarse en todo momento de manera responsable y coherente.

Describir los elementos fundamentales de funcionamiento de un grupo y los factores que pueden modificar su dinámica.

Explicar las ventajas del trabajo en equipo frente al individual.

Analizar los estilos de trabajo en grupo.

Describir las fases de desarrollo de un equipo de trabajo.

Identificar la tipología de los integrantes de un grupo.

Describir los problemas más habituales que surgen entre los equipos de trabajo a lo largo de su funcionamiento.

Describir el proceso de toma de decisiones en equipo: la participación y el consenso.

Adaptarse e integrarse en un equipo colaborando, dirigiendo o cumpliendo los órdenes según los casos.

Aplicar técnicas de dinamización de grupos de trabajo.

Participar en la realización de un trabajo o en la toma de decisiones que requieran un consenso.

Demostrar conformidad con las normas aceptadas por el grupo.

7.4. Participar y/o moderar reuniones colaborando activamente o consiguiendo la colaboración de los participantes.

Describir los diferentes tipos y funciones de las reuniones.

Identificar la tipología de participantes en una reunión.

Describir las etapas de desarrollo de una reunión.

Aplicar técnicas de moderación de reuniones.

Exponer las ideas propias de forma clara y concisa.

7.5. Analizar el proceso de motivación relacionándolo con su influencia en el clima laboral.

Describir las principales teorías de la motivación.

Definir la motivación y su importancia en el entorno laboral.

Identificar las técnicas de motivación aplicables en el entorno laboral.

Definir el concepto de clima laboral y relacionarlo con la motivación.

CONTENIDOS (Duración 65 horas)

La comunicación en la empresa

Comunicación oral de instrucciones para la consecución de unos objetivos.

Tipos de comunicación y etapas de un proceso de comunicación.

Redes, canales y medios de comunicación.

Identificación de las dificultades/barreras en la comunicación.

Utilización de la comunicación expresiva (oratoria escritura).

Utilización de la comunicación receptiva (escucha lectura).

Procedimientos para lograr la escucha activa.

Justificación de la comunicación como generadora de comportamientos.

Negociación y solución de problemas

Concepto, elementos y estrategias de negociación.

Proceso de resolución de problemas.

Resolución de situaciones conflictivas originadas como consecuencia de las relaciones en el entorno de trabajo.

Aplicación de los métodos más usuales para la resolución de problemas y la toma de decisiones en grupo.

Equipos de trabajo

Visión del individuo como parte del grupo.

Tipos de grupos y de metodologías de trabajo en grupo.

Aplicación de técnicas para la dinamización de grupos.

La reunión como trabajo en grupo. Tipos de reuniones.

Etapas de una reunión.

Identificación de la tipología de participantes en una reunión.

Análisis de los factores que afectan al comportamiento de un grupo.

La motivación

Definición de la motivación.

Descripción de las principales teorías de la motivación.

Relación entre motivación y frustración.

El concepto de clima laboral.

El clima laboral como resultado de la interacción de la motivación de los trabajadores.

2.4. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO

CAPACIDADES TERMINALES

● Supervisar las operaciones de recepción y almacenaje de productos, verificando la conformidad con las condiciones contratadas del pedido y aplicando los procedimientos establecidos y la normativa de seguridad e higiene.

● Realizar acciones de venta y cobro aplicando las técnicas adecuadas, medios disponibles en el establecimiento y especificaciones recibidas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Comparar el albarán que acompaña al producto con la factura correspondiente y comprobar los precios, unidades, descuentos, impuestos y cálculos.

En su caso, detectar defectos en cantidades, fecha de caducidad, daños y pérdidas.

En su caso, obtener las características técnicas del producto a través del departamento técnico.

Observar la aplicación de la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de manipulación y distribución de la mercancía en el almacén.

Verificar que el acondicionamiento de la mercancía se realiza con el embalaje y la etiqueta correspondiente en la preparación de pedidos.

Comprobar que la distribución de la mercancía en almacén se realiza de acuerdo con sus características y criterio de organización establecido y permite la movilidad de los medios utilizados.

En su caso, establecer un itinerario que optimice los tiempos en las operaciones de almacenaje y facilita la movilidad en la manipulación de producto.

Identificar el tipo de cliente, de acuerdo con características observables para aplicar la técnica de venta adecuada.

Identificar las necesidades del cliente para determinar los productos o servicios que pueden satisfacerlas.

Informar y asesorar al cliente del producto solicitado, con claridad y exactitud, suministrando la información de manera ordenada y oportuna, y preparando, si es necesario, una demostración práctica de usos y manejo.

Cuidar el aspecto personal, de acuerdo con la imagen de la empresa y expresarse de forma correcta y amable, para promover buenas relaciones futuras.

En las situaciones de reclamación de clientes:

Identificar la naturaleza de la queja o incidencia, cumplimentando, si es necesario, la documentación que se requiere, según el procedimiento establecido e informando al cliente del proceso que debe seguir.

Mantener en todo momento una actitud correcta y positiva.

Cuando sea necesario, realizar el empaquetado, asegurando la protección física, teniendo en cuenta la estética y estilo, y transmitiendo la imagen del establecimiento.

En las operaciones de cobro:

Realizar correctamente los cálculos necesarios.

Entregar el cambio correcto, proporcionando el documento acreditativo de la venta.

Mantener la caja en las condiciones adecuadas de utilización y manejo.

Utilizar con destreza y fiabilidad los equipos y terminales de caja.

Mantener actualizados los códigos de precios, aplicando los criterios establecidos.

Verificar la correcta cumplimentación de cheques, de acuerdo con la legislación vigente, y realizar las comprobaciones que validan las tarjetas de crédito.

Realizar la operación con amabilidad, corrección y claridad.

Realizar el arqueo y cierre de caja, detectando posibles desviaciones.

● Elaborar la documentación generada en el almacén y en la actividad comercial de la empresa, utilizando los programas informáticos de gestión, si procede, y aplicando los procedimientos establecidos.

Realizar y mantener actualizados los inventarios y fichas de almacén, de acuerdo con los criterios de valoración establecidos.

Realizar las gestiones asignadas de forma autónoma en la actividad comercial desarrollada, tales como:

Recepción, codificación, archivo y verificación de facturas, recibos, propuestas de pedido, albaranes, letras de cambio y cheques, de acuerdo con la organización estructurada por la empresa.

Elaboración de facturas, recibos, albaranes, notas de pedido y letras de cambio, consultando en los archivos o bases de datos correspondientes y utilizando los medios disponibles en la empresa software de gestión, fax, telex, etc.)

Realización de la liquidación (mensual o trimestral) del IVA, manejando la información contable necesaria, contrastándola con la documentación inherente y cumplimentando los impresos oficiales.

Aplicar los sistemas de seguridad y protección de información y documentación establecidos en la empresa en cuanto a acceso, consulta, prioridad, confidencialidad.

● Montar el escaparate previamente definido de acuerdo con las características del establecimiento, con la imagen que se quiere transmitir y respetando las normas específicas de seguridad.

Identificar la imagen que se quiere transmitir y los parámetros que determinan el escaparate definido.

Aplicar las técnicas de color y escaparatismo adecuadas al objetivo definido.

Programar la ejecución del montaje, determinando los materiales y tiempo de realización.

Mezclar, manipular y transformar los materiales con habilidad, teniendo en cuenta técnicas de color, características físicas de los productos y materiales y la normativa de seguridad para conseguir el efecto deseado.

Aplicar adecuadamente la normativa de seguridad en el montaje del escaparate.

Proponer materiales adecuados y modificaciones que mejoren la composición del escaparate.

Identificar el público-objetivo al que va a ir dirigido el escaparate.

● Calentar las “zonas frías” del establecimiento aplicando técnicas de “merchandising” y procedimientos determinados.

Elaborar y colocar indicadores visuales y carteles del establecimiento, aplicando las técnicas de rotulación y composición.

Colocar los diferentes productos en el mobiliario, teniendo en cuenta el número de caras para que sea perfectamente visible por el cliente desde diferentes ángulos.

Marcar, de acuerdo con los procedimientos fijados, sentidos de circulación del establecimiento, utilizando técnicas y principios de “merchandising”.

Situar islas en el recorrido del cliente para atraer su atención.

Realizar los carteles promocionales, expresando con claridad y exactitud las secciones y productos en promoción y aplicando las técnicas precisas.

● Cumplir cualquier actividad o tarea asignada y relacionada con el trabajo que realiza, con responsabilidad profesional, demostrando una actitud de superación y respeto.

En todo momento mostrar una actitud de respeto a los procedimientos y normas de la empresa.

Incorporarse puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos permitidos y no abandonando el centro de trabajo antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados.

Interpretar y ejecutar con diligencia las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

Mantener relaciones fluidas y correctas con los miembros del centro de trabajo.

Coordinar su actividad con el resto del personal para estimar procedimientos y distribución de tareas, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.

Estimar las repercusiones de su actividad en los procesos comerciales de la empresa y en la imagen que ésta proyecta.

Cumplir responsablemente con las normas, procesos y procedimientos establecidos ante cualquier actividad o tarea, objetivos, tiempos de realización y niveles jerárquicos existentes en la empresa.

CONTENIDOS (Duración 440 horas)

Control de las operaciones de almacenaje de productos

Análisis de la organización interna del almacén y los procedimientos de manipulación.

Identificación de la normativa de seguridad e higiene en el almacén.

Aplicación de procedimientos de comprobación de la documentación requerida en la recepción, almacenamiento y expedición de productos.

Verificación del acondicionamiento de la mercancía.

Realización de estudios de itinerarios de traslado interno en las operaciones de almacenaje.

Cálculo y confección de inventarios y fichas de almacén.

Realización de operaciones de venta

Identificación de la imagen de la empresa.

Aplicación de técnicas de venta.

Realización de operaciones de empaquetado.

Realización de operaciones de cobro y de arqueo y cierre de caja.

Elaboración de documentación administrativo-comercial

Aplicación de técnicas de archivo.

Utilización de programas informáticos específicos.

Elaboración de facturas, recibos, albaranes, notas de pedido y letras de cambio.

Realización del montaje del escaparate

Identificación de la imagen del establecimiento.

Aplicación de las técnicas de escaparatismo.

Programación del montaje de escaparates.

Selección de materiales.

Aplicación de la normativa de seguridad e higiene en el trabajo.

Aplicación de técnicas de “merchandising”

Elaboración de indicadores visuales y cartelística del establecimiento.

Colocación de los productos en el mobiliario.

Realización de operaciones de marcado de sentidos de circulación del establecimiento.

Aplicación de criterios de correcto comportamiento dentro del organigrama de la empresa y el equipo de trabajo

2.5. MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

CAPACIDADES TERMINALES

- Detectar las situaciones de riesgo más habituales en el ámbito laboral que puedan afectar a su salud y aplicar las medidas de protección y prevención correspondientes.
- Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en situaciones simuladas.
- Diferenciar las formas y procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia.
- Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo.
- Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Identificar, en situaciones de trabajo tipo, los factores de riesgo existentes.
- Describir los daños a la salud en función de los factores de riesgo que los generan.
- Identificar las medidas de protección y prevención en función de la situación de riesgo.
- Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.
- Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes.
- Realizar la ejecución de las técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado...), aplicando los protocolos establecidos.
- Identificar las distintas modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.
- Describir el proceso que hay que seguir y elaborar la documentación necesaria para la obtención de un empleo, partiendo de una oferta de trabajo de acuerdo con su perfil profesional.
- Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios, de acuerdo con la legislación vigente para constituirse en trabajador por cuenta propia.
- Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.
- Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.
- Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.
- Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los trabajadores, Directivas de la Unión Europea, Convenio Colectivo...) distinguiendo los derechos y las obligaciones que le incumben.
- Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una "Liquidación de haberes".
- En un supuesto de negociación colectiva tipo:
 - Describir el proceso de negociación.
 - Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad tecnológicas...) objeto de negociación.
 - Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.
- Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.

CONTENIDOS (Duración 65 horas)

Salud laboral

Condiciones de trabajo y seguridad. Salud laboral y calidad de vida.
Factores de riesgo: Físicos, químicos, biológicos, organizativos. Medidas de prevención y protección.
Casos prácticos.
Prioridades y secuencias de actuación en caso de accidentes.
Aplicación de técnicas de primeros auxilios.
 Consciencia/inconsciencia.
 Reanimación cardiopulmonar.
 Traumatismos.
 Salvamento y transporte de accidentados.

Legislación y relaciones laborales

Derecho laboral: Normas fundamentales.
La relación laboral. Modalidades de contratación. Suspensión y extinción.
Seguridad Social y otras prestaciones.
Órganos de representación.
Convenio colectivo. Negociación colectiva.

Orientación e inserción socio-laboral

El mercado laboral. Estructura. Perspectivas del entorno.
El proceso de búsqueda de empleo. Fuentes de información; mecanismos de oferta-demanda y selección.
Iniciativas para el trabajo por cuenta propia. La empresa. Tipos de empresa. Trámites de constitución de pequeñas empresas.
Recursos de auto-orientación. Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales. Elaboración de itinerarios formativos profesionalizadores. La toma de decisiones.

3. ORDENACIÓN ACADÉMICA E IMPARTICIÓN

3.1. PROFESORADO

3.2.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de “Técnico en Comercio”

MÓDULO PROFESIONAL	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Operaciones de almacenaje	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Animación de punto de venta	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Operaciones de venta	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Administración y gestión en un pequeño establecimiento comercial	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Aplicaciones informáticas de propósito general	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
Lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma	(1)	Profesor de Enseñanza Secundaria
Formación y orientación laboral	Formación y Orientación Laboral	Profesor de Enseñanza Secundaria
Relaciones en el equipo de trabajo	Formación y Orientación Laboral	Profesor de Enseñanza Secundaria

(1) Alemán, Francés, Inglés, Italiano, Portugués, Catalán, Gallego o Vasco, en función del idioma elegido

3.1.2. Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente ciclo formativo

MATERIAS	ESPECIALIDAD DEL PROFESORADO	CUERPO
Economía	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
Economía y organización de la empresa	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria

3.1.3. Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Organización y Gestión Comercial

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/los título/s de:

Diplomado en Ciencias Empresariales

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Formación y Orientación Laboral

se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/los título/s de:

Diplomado en Ciencias Empresariales

Diplomado en Relaciones Laborales

Diplomado en Trabajo Social

Diplomado en Educación Social

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

3.2. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS E INSTALACIONES PARA IMPARTIR ESTAS ENSEÑANZAS

De conformidad con el art. 34 del R.D. 1004/1991 de 14 de junio, el Ciclo formativo de Formación Profesional de Grado Medio: COMERCIO, requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente R.D., los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1.a del citado R.D. 1004/1991 de 14 de junio.

Espacio Formativo	Superficie	Grado de utilización
Aula de gestión comercial	90 m ²	35 %
Aula de audiovisuales	60 m ²	15 %
Aula taller de comercio	90 m ²	30 %
Aula polivalente	60 m ²	20 %

El “grado de utilización” expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las administraciones educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el “grado de utilización”, los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

3.3. ACCESO AL BACHILLERATO, CONVALIDACIONES Y CORRESPONDENCIAS

3.3.1. Modalidades del bachillerato a las que da acceso

Humanidades y Ciencias Sociales

3.3.2. Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional

Operaciones de almacenaje
Animación del punto de venta
Operaciones de venta
Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial
Aplicaciones informáticas de propósito general

3.3.3. Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral

Operaciones de almacenaje
Animación del punto de venta
Operaciones de venta
Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial
Aplicaciones informáticas de propósito general
Formación en centro de trabajo
Formación y orientación laboral

ANEXOS

Anexo I

1. REAL DECRETO 676/1993

REAL DECRETO 676/1993 de 7 de mayo, por el que se establecen directrices generales sobre los títulos y las correspondientes enseñanzas mínimas de formación profesional

La Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, atribuye como finalidad a la formación profesional, en el ámbito del sistema educativo, la preparación de los alumnos para la actividad en un campo profesional y su capacitación para el desempeño cualificado de las distintas profesiones, proporcionándoles una formación polivalente que les permita adaptarse a las modificaciones laborales que puedan producirse a lo largo de su vida. Este objetivo constituye un eje obligado de la reforma de la formación profesional, tras la caracterización que el propio preámbulo de la Ley realiza sobre la formación profesional vigente, considerada como vía demasiado académica y excesivamente alejada y desvinculada del mundo productivo.

Por otro lado, el capítulo IV del Título I de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo define la configuración de la nueva ordenación académica de la formación profesional, de la que cabe destacar el establecimiento de la formación profesional específica de grado medio, que se cursa tras la obtención del título de Graduado en Educación Secundaria, y de la de grado superior, que se cursa tras la obtención del título de Bachiller, cuya superación da derecho a los títulos de Técnico y Técnico Superior respectivamente.

Ambos objetivos, la necesidad de aproximar la formación profesional a las necesidades reales de cualificación del mundo productivo y el desarrollo de su nueva ordenación académica, plantean como tarea inexcusable la reforma de las enseñanzas y de los títulos profesionales. En consonancia con ello, el artículo 35 de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo remite al Gobierno el establecimiento, previa consulta a las Comunidades Autónomas, de los títulos correspondientes a los estudios de formación profesional y de las enseñanzas mínimas de cada uno de ellos.

Ahora bien, tan importante es el establecimiento de las titulaciones y de sus correspondientes enseñanzas mínimas como ante el cambio y la rápida evolución de las cualificaciones profesionales, el procedimiento de su diseño y elaboración.

En relación con el diseño de la nueva formación profesional, el artículo 34 de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo promueve la participación de los agentes sociales, que deben contribuir a identificar las cualificaciones reales que demanda el sistema productivo y el mercado de trabajo. Esta contribución es particularmente importante en una doble dirección. En primer lugar, en el proceso de identificación de los perfiles profesionales que precisa el mundo productivo y que constituyen el punto de partida para el establecimiento de los diferentes niveles de cualificación académico-profesional. En dicha identificación se tendrán en consideración los sistemas de cualificación europeos. En segundo lugar, en la definición de los contenidos formativos que deben configurar las enseñanzas de formación profesional.

Al mismo tiempo, resulta no menos importante que el procedimiento aplicado a la reforma de las enseñanzas profesionales asegure la actualización permanente de las titulaciones, de forma que la oferta formativa se adapte a la evolución de las tecnologías, de la economía y de la organización del trabajo y, como consecuencia, a la emergencia de nuevas calificaciones.

Finalmente, el diseño de las nuevas enseñanzas de formación profesional debe hacer compatible la necesaria homogeneidad de ordenación de estas enseñanzas con los requerimientos específicos y singulares de cada titulación. Por ello, parece oportuno definir una estructura común de la ordenación académica de las enseñanzas profesionales que tengan la suficiente flexibilidad para que en el establecimiento de cada uno de los títulos profesionales puedan desarrollarse sus propias especificidades.

El objeto del presente real Decreto es precisamente el de establecer esa estructura común de la ordenación académica de los títulos profesionales y de sus correspondientes enseñanzas mínimas, tareas que, como antes hemos señalado, corresponde realizar al Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas con competencias en materia educativa.

De acuerdo con el mandato de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo de aproximar la formación profesional al mundo productivo, las enseñanzas profesionales se deberán configurar con referencia a las necesidades de cualificación del sistema productivo. Por ello, el objetivo de la nueva formación profesional se orienta no solo a la adquisición de conocimientos, sino sobre todo a la adquisición de competencias profesionales. La estructura y organización de las enseñanzas profesionales, sus objetivos y contenidos, así como sus criterios de evaluación, son enfocados, en la ordenación de la nueva formación profesional, desde la perspectiva de la adquisición de la competencia profesional.

La competencia profesional característica de cada título se expresará a través de su perfil profesional asociado. De esta forma, será posible definir la formación que constituye cada título en directa relación con las necesidades de cualificación del sistema productivo. El concepto de competencia profesional, a efectos de lo dispuesto en este Real Decreto, debe entenderse como el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes, adquiridos a través de procesos formativos o de la experiencia laboral, que permiten desempeñar y realizar roles y situaciones de trabajo requeridos en el empleo.

El perfil profesional asociado a cada título se organizará en unidades de competencia, que, a efectos de lo dispuesto en este Real Decreto, deben entenderse como un conjunto de capacidades profesionales. Las capacidades profesionales se expresan a través de una serie de acciones o realizaciones profesionales. Las capacidades profesionales se expresan a través de una serie de acciones o realizaciones profesionales con valor y significado en el empleo, que se esperan de aquellos que obtengan el título profesional. Esta organización permitirá, en cumplimiento de lo dispuesto en la disposición adicional cuarta, apartado 6, de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo, establecer un sistema de correspondencias y convalidaciones con la formación profesional ocupacional y con la práctica laboral.

Las capacidades profesionales a las que se refiere el párrafo anterior comprenderán las propiamente técnicas, las de cooperación y relación con el entorno, las de organización de las actividades de trabajo, las de comprensión de los aspectos económicos, así como las de adaptación a los cambios que se producen en el trabajo.

El perfil profesional, las unidades de competencia y las realizaciones y capacidades profesionales constituyen el marco para el análisis del sistema productivo y son al mismo tiempo el referente para la definición, en el ámbito del sistema educativo, de los títulos profesionales y de las correspondientes enseñanzas mínimas de la formación profesional.

De esta forma, las enseñanzas profesionales tienen por finalidad, además de dotar a los alumnos de la formación necesaria para alcanzar determinadas competencias profesionales, proporcionarles una formación polivalente funcional y técnica que posibilite su adaptación a los cambios tecnológicos y organizativos relativos a la profesión y la necesaria visión integradora y global del saber profesional.

El presente Real Decreto ha sido consultado con las Comunidades Autónomas, en el seno de la Conferencia Sectorial de Educación, así como con los distintos sectores de la comunidad educativa, recogiendo el escrito de cooperación que en la propia Ley Orgánica 1/1990, de Ordenación General del Sistema Educativo, se enuncia como principio que debe presidir el desarrollo pleno de la reforma emprendida.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Educación y Ciencia, con los informes del Consejo General de Formación Profesional y del Consejo Escolar del Estado, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 7 de mayo de 1993,

DISPONGO

Capítulo I

La formación profesional: Finalidad, componentes y ordenación

Artículo 1

Las enseñanzas de formación profesional conducentes a títulos con validez académica y profesional en todo el territorio nacional tendrán por finalidad proporcionar a los alumnos la formación necesaria para:

- a) Adquirir la competencia profesional característica de cada título.
- b) Comprender la organización y características del sector correspondiente, así como los mecanismos de la inserción profesional; conocer la legislación laboral básica y los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, y adquirir los conocimientos y habilidades necesarios para trabajar en condiciones de seguridad y prevenir los posibles riesgos derivados de las situaciones de trabajo.
- c) Adquirir una identidad y madurez profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones al cambio de las cualificaciones.

Artículo 2

Las enseñanzas de formación profesional incluirán la formación profesional de base y la formación profesional específica.

La formación profesional de base, incluida en la educación secundaria obligatoria y en el bachillerato, estará constituida por un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y destrezas comunes a un número amplio de técnicas o perfiles profesionales, que son garantía de una formación polivalente y preparan para cursar la formación profesional específica.

La formación profesional específica estará constituida por el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes particularmente vinculados a la competencia profesional característica de cada título, que culminan la preparación para el ejercicio profesional. Las enseñanzas de formación profesional específica se ordenarán en ciclos formativos de grado medio y de grado superior que conducen a la obtención de títulos profesionales.

Capítulo II

Los ciclos formativos de formación profesional específica: Organización y requisitos de acceso

Artículo 3

Los ciclos formativos de formación profesional específica se organizarán en módulos profesionales de formación teórico-práctica y su duración estará en función de la naturaleza de la competencia profesional característica del título correspondiente.

A los efectos de lo dispuesto en este Real Decreto, se entiende por *módulo profesional una unidad coherente de formación profesional específica*, que está asociada a una o varias unidades de competencia, o bien a las finalidades a las que se refiere el párrafo b) del artículo 1 del presente Real Decreto.

A los efectos de lo dispuesto en este Real Decreto, el término “módulo profesional” se considerará equivalente a los términos “materia” y “área” a los que se refieren los artículos 30.4 y 33 de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo.

Artículo 4

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 34.2 de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo, el currículo de los ciclos formativos incluirá un módulo de formación práctica en centros de trabajo, del cual podrán quedar total o parcialmente exentos quienes acrediten una experiencia laboral que se corresponda con los estudios profesionales que se deseen cursar.

El módulo de formación práctica en centros de trabajo tendrá por finalidades:

- a) Complementar la adquisición por los alumnos de la competencia profesional conseguida en el centro educativo, mediante la realización de un conjunto de actividades de formación identificadas entre las actividades productivas del centro de trabajo.
- b) Contribuir al logro por los alumnos de las demás finalidades a las que hace referencia el artículo 1 del presente Real Decreto.
- c) *Evaluar los aspectos más relevantes de la competencia profesional adquirida por el alumnado.*

Artículo 5

Para cursar los ciclos formativos de grado medios se requerirá estar en posesión del título de Graduado en Educación Secundaria y para cursar los ciclos formativos de grado superior será necesario estar en posesión del título de Bachiller.

Artículo 6

No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, y de acuerdo con lo establecido en el artículo 32.1 de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo, se podrá acceder a la formación profesional específica tras la superación de una prueba regulada por las Administraciones educativas. Para acceder por esta vía a ciclos formativos de grado superior se requerirá además tener cumplidos los veinte años de edad.

A través de la prueba a que se refiere el párrafo anterior el aspirante deberá acreditar:

a) Para el acceso a los ciclos formativos de grado medio, los conocimientos y habilidades suficientes para cursar con aprovechamiento dichas enseñanzas.

b) Para el acceso a los ciclos formativos de grado superior, la madurez en relación con los objetivos del bachillerato y las capacidades correspondientes al campo profesional de que se trate que se expresarán en el Real Decreto que regule el título correspondiente.

De esta última parte podrán quedar exentos quienes acrediten una experiencia laboral que se corresponda con los estudios profesionales que se desee cursar.

Capítulo III

Títulos y enseñanzas mínimas de formación profesional

Artículo 7

Los títulos profesionales serán establecidos por el Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas, determinándose en el Real Decreto correspondiente sus competencias profesionales características, expresadas en términos de perfiles profesionales, necesarias para el desempeño cualificado de las profesiones correspondientes; los aspectos básicos del currículo de los ciclos formativos, que constituirán las enseñanzas mínimas y la duración de estos últimos.

Artículo 8

En el Real Decreto correspondiente de cada título profesional se establecerán, de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio, los requisitos mínimos sobre espacios e instalaciones necesarios para la impartición del correspondiente ciclo formativo.

Artículo 9

De acuerdo con lo dispuesto por el artículo 30.4 de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo y para posibilitar el cumplimiento de la disposición adicional cuarta, apartado 6, de dicha Ley, las enseñanzas mínimas de la formación profesional establecerán los módulos profesionales que necesariamente deberán formar parte de cada ciclo formativo.

Artículo 10

Las enseñanzas mínimas de la formación profesional de grado medio y de grado superior incluirán, para cada ciclo formativo, los siguientes aspectos básicos del currículo:

a) Los objetivos generales del ciclo formativo.

b) Los módulos profesionales necesarios para cada ciclo, de acuerdo con lo establecido en el anterior artículo 9.

c) La duración total del ciclo formativo.

d) Los objetivos, expresados en términos de capacidades y los criterios de evaluación básicos de los módulos profesionales del ciclo formativo.

e) Los contenidos básicos de los módulos profesionales asociados a una unidad de competencia, de los módulos profesionales de base o transversales y del módulo profesional de formación y orientación laboral, que en ningún caso requerirán más del 55 o del 65 por 100 del horario total previsto para el ciclo formativo, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 4.2 de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo. Por su propia naturaleza, que requiere su adaptación y ajuste a las necesidades y disponibilidades del entorno socioeconómico, los contenidos del módulo de formación práctica en centros de trabajo serán establecidos en su totalidad por las Administraciones Educativas.

Artículo 11

Las enseñanzas mínimas de la formación profesional de grado superior podrán incluir, de acuerdo con las Comunidades Autónomas, la obligación de haber cursado determinadas materias del bachillerato en concordancia con los estudios profesionales a los que se quiere acceder.

Capítulo IV

El establecimiento del currículo de los ciclos formativos de formación profesional específica

Artículo 12

Las Administraciones educativas competentes establecerán el currículo de los ciclos formativos de formación profesional correspondientes a cada título, del que formarán parte, en todo caso, las enseñanzas mínimas.

Artículo 13

1. Al establecer el currículo de los ciclos formativos, las Administraciones educativas tendrán en cuenta las necesidades de desarrollo económico y social y de recursos humanos de la estructura productiva del territorio de su competencia educativa y la adaptación al entorno de los centros docentes que impartan enseñanzas profesionales y fomentarán la participación de los agentes sociales.

2. Al establecer el currículo de los ciclos formativos, las Administraciones educativas fomentarán la autonomía pedagógica y organizativa de los centros, favorecerán el trabajo en equipo de los profesores en orden a alcanzar la integración necesaria de la actividad docente que facilite al alumnado la adquisición de la competencia profesional característica de los títulos correspondientes, así como las demás finalidades a las que se refiere el artículo 1 del presente Real Decreto, y estimularán la actividad investigadora del profesorado sobre los contenidos, métodos y medios didáctico-tecnológicos más idóneos para alcanzarla.

3. Además de establecer el currículo de los ciclos formativos, las Administraciones educativas definirán los equipamientos de medios didácticos y tecnológicos mínimos para la impartición de la formación asociada a los diferentes títulos de formación profesional.

Artículo 14

Los centros docentes desarrollarán el currículo de las enseñanzas profesionales mediante la elaboración de proyectos y programaciones curriculares cuyos objetivos, contenidos, criterios de evaluación, secuenciación y metodología deberán responder a las características del alumnado y a las posibilidades formativas que ofrece su entorno.

Artículo 15

La metodología didáctica de la formación profesional promoverá en el alumnado, mediante la necesaria integración de los contenidos científicos, tecnológicos y organizativos de esta enseñanza, una visión global y coordinada de los procesos productivos en los que debe intervenir.

Artículo 16

Las Administraciones educativas competentes establecerán para aquel alumnado con necesidades educativas especiales el marco que regule las posibles adaptaciones curriculares que les faciliten el logro de las finalidades establecidas en el artículo 1 de este Real Decreto.

Capítulo V

La evaluación

Artículo 17

La evaluación del aprendizaje del alumnado en los ciclos formativos serán continua, se realizará por módulos profesionales y en ella los profesores considerarán el conjunto de los módulos correspondientes a cada ciclo formativo.

Artículo 18

Los criterios y los procedimientos de evaluación aplicados por los profesores tendrán en cuenta la competencia profesional característica del título, que constituye la referencia para definir los objetivos generales del ciclo formativo y los objetivos, expresados en términos de capacidades, de los módulos profesionales que lo conforman, así como la madurez del alumnado en relación con las restantes finalidades establecidas en el artículo 1 del presente Real Decreto.

Artículo 19

En la evaluación del módulo de formación práctica en centros de trabajo colaborará el responsable de la formación del alumnado designado por el correspondiente centro de trabajo durante su período de estancia en el mismo.

Artículo 20

Para cumplir las finalidades del módulo de formación práctica en centros de trabajo a las que alude el anterior artículo 4, singularmente el apartado c) de dicho artículo, las Administraciones educativas, de acuerdo con sus disponibilidades organizativas, definirán el momento de la impartición y evaluación de este módulo en función de las características propias de cada ciclo formativo.

Artículo 21

La superación de un ciclo formativo requerirá la evaluación positiva en todos los módulos que lo componen.

Capítulo VI

Los títulos de formación profesional: Sus efectos académicos y profesionales

Artículo 22

Los títulos de formación profesional que se regulan en el presente Real Decreto tendrán validez oficial académica y profesional en todo el territorio nacional y acreditarán la formación necesaria a la que se refiere el artículo 1 del presente Real Decreto y la capacitación para el desempeño cualificado de las distintas profesiones.

Artículo 23

La superación de las enseñanzas de formación profesional específica de grado medio y de grado superior dará derecho a la obtención, respectivamente, del Título de Técnico y Técnico Superior, de la correspondiente profesión.

Artículo 24

El Título de Técnico dará derecho, en el caso de alumnado que haya cursado la formación profesional específica de grado medio según lo dispuesto en el artículo 32.1 de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo, al acceso a las modalidades de bachillerato que se determinen de acuerdo con su relación con los estudios de formación profesional cursados.

Artículo 25

El Real Decreto aprobatorio del correspondiente Título profesional de Técnico establecerá, en su caso, las convalidaciones entre las enseñanzas profesionales y las de bachillerato.

Artículo 26

El Título de Técnico Superior dará derecho al acceso directo a los estudios universitarios que se determinen teniendo en cuenta su relación con los estudios de formación profesional cursados, de acuerdo con la normativa en vigor sobre los procedimientos de ingreso en la Universidad.

Disposición adicional primera

En cumplimiento de lo dispuesto en la disposición adicional cuarta, apartado 6. de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo, el Real Decreto correspondiente a cada título determinará qué módulos profesionales del currículo de los ciclos formativos son susceptibles de correspondencia y convalidación con la formación profesional ocupacional y con la práctica laboral.

La convalidación efectiva de estos módulos mediante la correspondiente acreditación de la formación profesional ocupacional y/o de práctica laboral se realizará de acuerdo con las condiciones que reglamentariamente se establezcan.

Disposición adicional segunda

1. La competencia docente del profesorado perteneciente a los Cuerpos de Profesores de Enseñanza Secundaria y Técnicos de Formación Profesional que imparta la formación profesional quedará definida por su pertenencia a una especialidad.

En el Real decreto correspondiente a cada título profesional se establecerá a qué especialidad o especialidades se atribuye la impartición de las diferentes áreas de la educación secundaria obligatoria, materias del bachillerato o módulos de la formación profesional específica.

2. El establecimiento de las especialidades de formación profesional al que se refiere el aparato anterior se realizará, previa consulta a las Comunidades Autónomas, atendiendo a la naturaleza de la formación requerida por el profesorado para el desempeño adecuado de su labor docente en las enseñanzas correspondientes.

3. La adscripción del profesorado de los actuales Cuerpos de Profesores de Enseñanza Secundaria y Técnicos de Formación Profesional a las nuevas especialidades de formación profesional se realizará de acuerdo con las condiciones que establezca el Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas. En tanto no se produzca esta adscripción a las nuevas especialidades, las Administraciones educativas competentes determinará a qué especialidad o especialidades a las que actualmente está adscrito el profesorado de dichos Cuerpos corresponde la impartición de los módulos de la formación profesional específica.

4. En todo caso, el Cuerpo de Profesores Técnicos de Formación profesional desempeñará sus funciones docentes en la formación profesional específica, tanto de grado medio como de grado superior, sin perjuicio de que también las desempeñen, en las condiciones que se establezcan, en la educación secundaria obligatoria y en el bachillerato.

Disposición adicional tercera

El Real Decreto correspondiente a cada Título profesional definirá, previo acuerdo con las Comunidades Autónomas, para qué áreas, materias o módulos profesionales se establece la equivalencia, a efectos de docencia, entre los títulos de Ingeniero, Arquitecto o Licenciado y los títulos de Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o Diplomado Universitario.

Asimismo, el Real Decreto correspondiente a cada título profesional definirá, previo acuerdo con las Comunidades Autónomas, para qué áreas, materias o módulos profesionales se establece la equivalencia, a efectos de docencia, entre los títulos de Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o Diplomado Universitario y otras titulaciones.

Disposición adicional cuarta

Las condiciones de la autorización, a la que se refiere la disposición adicional octava de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo, para impartir ciclos formativos de grado medio a centros docentes privados de formación profesional que tengan autorización o clasificación definitiva, se especificarán en el correspondiente Real Decreto de cada título profesional, teniendo en cuenta la relación y afinidad entre la familia profesional a la que pertenezca el ciclo formativo y las enseñanzas que vienen impartiendo dichos centros.

Disposición adicional quinta

Las enseñanzas de artes plásticas y diseño se organizarán en ciclos formativos de acuerdo con lo dispuesto en el presente Real Decreto.

Disposición final primera

1. El presente Real Decreto tiene carácter de norma básica en virtud de la habilitación que confiere al Gobierno el artículo 35.1, en relación con el artículo 4 y la disposición adicional cuarta, 6, de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, y de la competencia que al Estado corresponde sobre la ordenación general del sistema educativo, de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional primera, 2, a), de la Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio, reguladora del Derecho a la Educación.

2. Corresponde al Ministro de Educación y Ciencia y a los órganos competentes de las Comunidades Autónomas dictar, en el ámbito de sus respectivas competencias, cuantas disposiciones sean precisas para la ejecución y desarrollo de lo establecido en este Real Decreto.

Disposición final segunda

Periódicamente y, en todo caso, en un plazo no superior a cinco años, el Gobierno, a instancia propia o a solicitud de las Administraciones educativas, del Consejo General de Formación Profesional o de los agentes sociales, procederán a revisar y, en su caso, actualizar los títulos profesional o crear nuevos títulos, a fin de garantizar su permanente adaptación a la evolución de las cualificaciones profesionales.

Disposición final tercera

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial del Estado".

Dado en Madrid, a 7 de mayo de 1993

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Educación y Ciencia
ALFREDO PÉREZ RUBALCABA

2. PREÁMBULO DEL REAL DECRETO 1666/1994

PREÁMBULO DEL REAL DECRETO 1666/1994 de 22 de julio, por el que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al título de técnico superior en “Gestión Comercial y Marketing”

El artículo 35 de la Ley Orgánica, 1/1990 de 3 de Octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, determina que corresponde al Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas, establecer los títulos correspondientes a los estudios de formación profesional, así como las enseñanzas mínimas de cada uno de ellos. Por otro lado y conforme al artículo 4 de la citada Ley Orgánica, corresponde también al Gobierno fijar los aspectos básicos del currículo o enseñanzas mínimas para todo el Estado, atribuyendo a las Administraciones Educativas competentes el establecimiento propiamente dicho del currículo.

En cumplimiento de estos preceptos, el Real Decreto 676/1993 de 7 de Mayo, ha establecido las directrices generales sobre los títulos y las correspondientes enseñanzas mínimas de formación profesional, definiendo las características básicas de estas enseñanzas, sus objetivos generales, su organización en módulos profesionales, así como diversos aspectos básicos de su ordenación académica. A su vez, en el marco de las directrices establecidas por el citado Real Decreto, el Gobierno mediante los correspondientes Reales Decretos, está procediendo a establecer los títulos de formación profesional y sus respectivas enseñanzas mínimas.

A medida que se vaya produciendo el establecimiento de cada título de formación profesional y de sus correspondientes enseñanzas mínimas lo que se ha llevado a efecto para el Título de Técnico Superior en Gestión Comercial y Marketing por medio del Real Decreto 733/1994 de 22 de abril, procede que las Administraciones Educativas y, en su caso, el Gobierno, como ocurre en el presente Real Decreto, regulen y establezcan el currículo del correspondiente ciclo formativo en sus respectivos ámbitos de competencia.

De acuerdo con los principios generales que han de regir la actividad educativa, según el artículo 2 de la reiterada Ley Orgánica 1/1990, el currículo de los ciclos formativos ha de establecerse con carácter flexible y abierto, de modo que permita la autonomía docente de los centros, posibilitando a los profesores adecuar la docencia a las características de los alumnos y al entorno socio-cultural de los centros. Esta exigencia de flexibilidad es particularmente importante en los currículos de los ciclos formativos, que deben establecerse según prescribe el artículo 13 del Real Decreto 676/1993 teniendo en cuenta, además, las necesidades de desarrollo económico, social y de recursos humanos de la estructura productiva del entorno de los centros educativos.

El currículo establecido en el presente Real Decreto requiere, pues, un posterior desarrollo en las programaciones elaboradas por el equipo docente del ciclo formativo que concrete la referida adaptación, incorporando principalmente el diseño de actividades de aprendizaje, en particular las relativas al módulo de formación en centro de trabajo, que tengan en cuenta las posibilidades de formación que ofrecen los equipamientos y recursos del centro educativo y de los centros de producción, con los que se establezcan convenios de colaboración para realizar la formación en centro de trabajo.

La elaboración de estas programaciones se basará en las enseñanzas establecidas en el presente Real Decreto, tomando en todo caso como referencia la competencia profesional expresada en el correspondiente perfil profesional del título, en concordancia con la principal finalidad del currículo de la formación profesional específica, orientada a proporcionar a los alumnos la referida competencia y la cualificación profesional que les permita resolver satisfactoriamente las situaciones de trabajo relativas a la profesión.

Los objetivos de los distintos módulos profesionales, expresados en términos de capacidades terminales y definidos en el Real Decreto que en cada caso establece el título y sus respectivas enseñanzas mínimas, son una pieza clave del currículo. Definen el comportamiento del alumno en términos de los resultados evaluables que se requieren para alcanzar los aspectos básicos de la competencia profesional. Estos aspectos básicos aseguran una cualificación común del titulado, garantía de la validez del título en todo el territorio del Estado y de la correspondencia europea de las cualificaciones. El desarrollo de las referidas capacidades terminales permitirá a los alumnos alcanzar los logros profesionales identificados en las realizaciones y criterios de realización contenidos en cada unidad de competencia.

Los criterios de evaluación correspondientes a cada capacidad terminal permiten comprobar el nivel de adquisición de la misma y constituyen la guía y el soporte para definir las actividades propias del proceso de evaluación.

Los contenidos del currículo establecidos en el presente Real Decreto son los indispensables para alcanzar las capacidades terminales y tienen por lo general un carácter interdisciplinar derivado de la naturaleza de la competencia profesional asociada al título. El valor y significado en el empleo de cada unidad de competencia y la necesidad creciente de polivalencia funcional y tecnológica del trabajo técnico determinan la inclusión en el currículo de contenidos pertenecientes a diversos campos del saber tecnológico, aglutinados por los procedimientos de producción subyacentes en cada perfil profesional.

Los elementos curriculares de cada módulo profesional incluyen por lo general conocimientos relativos a conceptos, procesos, situaciones y procedimientos que concretan el "saber hacer" técnico relativo a la profesión. Las capacidades actitudinales que pretenden conseguirse deben tomar como referencia fundamental las capacidades terminales del módulo de formación en centro de trabajo y las capacidades profesionales del perfil.

Por otro lado, los bloques de contenidos no han de interpretarse como una sucesión ordenada de unidades didácticas. Los profesores deberán desarrollarlas y organizarlas conforme a los criterios que, a su juicio, permitan que se adquiera mejor la competencia profesional. Para ello debe tenerse presente que las actividades productivas, requieren de la acción, es decir, del dominio de unos modos operativos, del "saber hacer". Por esta razón, los aprendizajes de la formación profesional, y en particular de la específica, deben articularse fundamentalmente en torno a los procedimientos que tomen como referencia los procesos y métodos de producción o de prestación de servicios a los que remiten las realizaciones y el dominio profesional expresados en las unidades de competencia del perfil profesional.

Asimismo, para que el aprendizaje sea eficaz, debe establecerse también una secuencia precisa entre todos los contenidos que se incluyen en el período de aprendizaje del módulo profesional. Esta secuencia y organización de los demás tipos de contenido en torno a los procedimientos, deberá tener como referencia las capacidades terminales de cada módulo profesional.

Finalmente, la teoría y la práctica, como elementos inseparables del lenguaje tecnológico y del proceso de enseñanza - aprendizaje, que se integran en los elementos curriculares de cada módulo, según lo dispuesto en el artículo 3 del Real Decreto 676/1993, deben integrarse también en el desarrollo del currículo que realicen los Profesores y en la programación del proceso educativo adoptado en el aula.

Estas tres orientaciones sobre la forma de organizar el aprendizaje de los contenidos, resulta por lo general, la mejor estrategia metodológica para aprender y comprender significativamente los contenidos de la formación profesional específica.

Las competencias profesionales de los Títulos de Comercio y Marketing se refieren a la definición y desarrollo de productos; a la organización, planificación, ejecución y control de la producción, y a la gestión y control de calidad, de recursos y de la seguridad.

El conjunto de los Títulos Profesionales de Comercio y Marketing pretende cubrir las necesidades de formación correspondientes a niveles de cualificación profesionales de los campos de actividad productiva de departamentos comerciales, comercio independiente: al por mayor y al por menor, comercio integrado y asociado, agencias comerciales, gestión del transporte, servicios al consumidor.

Las cualificaciones profesionales identificadas y expresadas en los perfiles de los títulos responden a las necesidades de cualificación en el segmento del trabajo técnico de los procesos tecnológicos de: investigación comercial, marketing, "merchandising", publicidad y promoción, logística comercial, tratamiento de información comercial, programación del tráfico del transporte terrestre y organización de sistemas de información al consumidor.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Educación y Ciencia, previo informe del Consejo Escolar del Estado, y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 22 de julio de 1994.



Anexo II

1. PERSONAS QUE HAN INTERVENIDO EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS TÍTULOS

Dirección del Proyecto: D. Antonio Rueda Serón		
Supervisión:	Perfiles Profesionales:	D. Ignacio Fernández Toca
	Formación:	D. Francisco Antonio Sánchez Cuellar
	Área porofesional de Ciencias Sociales	Dña. Ana Martín García
Responsabilidad Técnica y Coordinación del Grupo:		Dña. Ana Barranco Navarro Dña. Begoña Arranz Sebastián

Expertos tecnológicos del sistema productivo	Expertos educativos
Experto en: Técnicas de venta y negociación D. José Luis Maroto Caballero JIM Consultores S.L. (Madrid)	Experto en Comercio interior D. Antonio Martín Ruíz EUROAULA, S.A. (Barcelona)
Experto en: Consumo D. Carlos Alonso Fernández UCE (Madrid)	Experta en: Comercio Internacional Dña. Blanca Inés Andrés Juan I.F.P. Virgen de la Calle (Palencia)
Experto en : Marketing D. Fernando Molero de Agüero Free-Lance (Madrid)	Experta en: Consumo Dña. M ^a Belén Alonso Leache Concejalía de Salud, Consumo y medio ambiente del Ayuntamiento de Las Rozas (Madrid)
Experto en: Asesoramiento Comercial D. Miguel Angel Villar de Frutos Ayuntamiento de Las Rozas (Las Rozas-Madrid)	Experto en: Marketing D. Fernando Molero de Agüero Free-Lance (Madrid)
Experto en: Contratación Internacional D. Txaber Fernández Beidarrain ASECOEX, S.L. (Bilbao)	Experto en: Transporte Internacional D. Antonio Iglesias Melendres ATEIA (Barcelona)
Experto en: Transporte Internacional D. Luis Carlos Gurría García BERGE Y CIA (Coslada-Madrid)	Experto en: Contratación Internacional D. Modesto Bescos Torres ICEX Secretaría de Estado de Comercio (Madrid)
	Experta en: Comercio Interior Dña. Carmen Fuster Molla Politécnico Tiran lo Blanc (Gandía-Valencia)
	Experta en: Francés Dña. Isabel Barrios Salinas Proyecto de Renovación de los Contenidos de F.P.
	Experta en: Inglés Dña. Isabel Alabau Balcells Proyecto de Renovación de los Contenidos de F.P.

Documentación y elementos transversales de los Títulos:

D. Antonio J. Gil Padilla
Dña. Isabel Alabau Balcells
Dña. Isabel Barrios Salinas
D. José Campos Martín

Composición y producción de documentos:

D. Agustín Miguel Muñoz
Dña. M.^a Jesús Gómez Álvarez
Dña. Francisca Olivares Redondo
Dña. M.^a Isabel Prieto Giménez
D. Eulogio Otero Rodríguez
Dña. M.^a Paz López de Pedro
Dña. Ana Fumaz Zaragoza

2. CARACTERIZACIÓN DEL CAMPO DE OBSERVACIÓN

El grupo de Comercio y Marketing ha delimitado el campo de observación, objeto del estudio, mediante un cómputo de actividades económicas y funciones que se exponen a continuación.

Actividades y subactividades recogidas

- Departamento Comercial.
- Intermediarios.
 - . Comercio Independiente:
 - . Comercio al por Mayor.
 - . Comercio al por Menor.
 - . Comercio Integrado.
 - . Comercio Asociado.
 - . Asesoramiento:
 - . Comercial.
 - . Al cliente, consumidor, usuario.

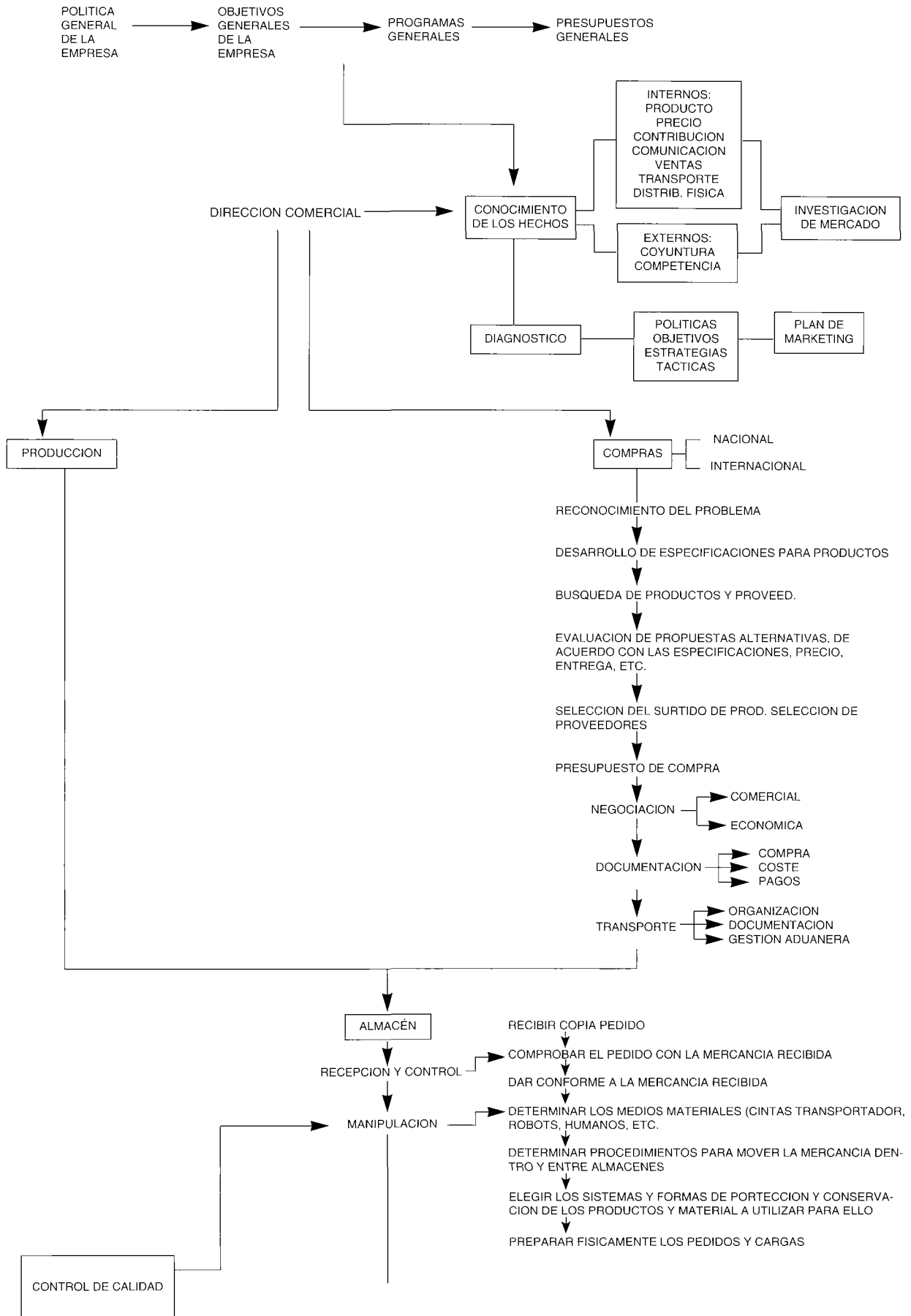
Funciones y subfunciones identificadas

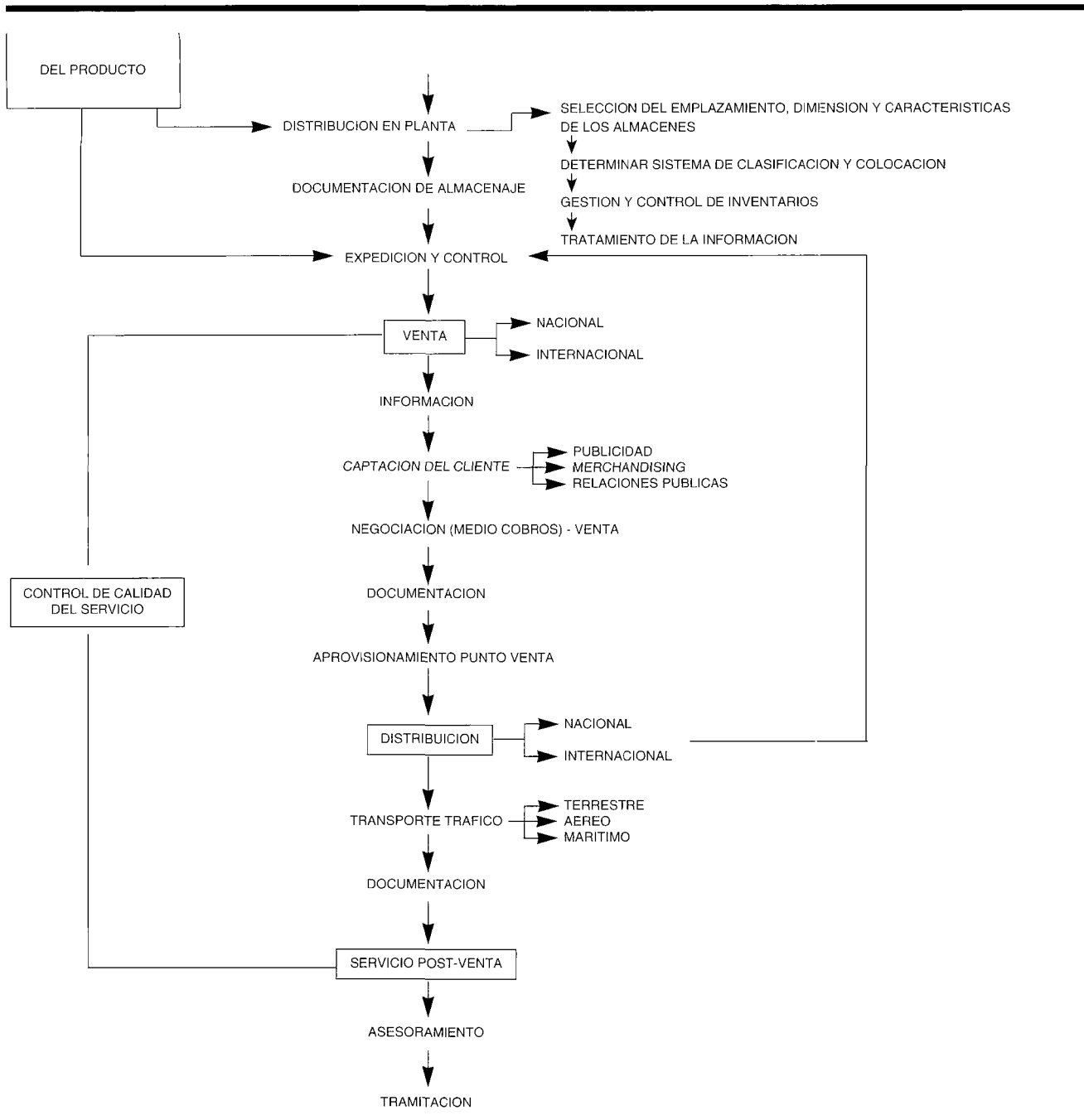
- Comercialización:
 - . Dirección y Planificación Comercial.
 - . Compras.
 - . Almacenaje y Distribución.
 - . Ventas.
 - . Atención al público, cliente o usuarios.
- Dirección.
- Finanzas y Administración.
- Recursos Humanos.
- Producción.
- Compras.
- I + D (Investigación y Desarrollo).
- Proceso de Datos.
- H + C (Homologación y Certificación).

FUNCIONES/SUBFUNCIONES	ACTIVIDADES ECONOMICAS						
	DEPARTAMENTO COMERCIAL	INTERMEDIARIOS					
		Cº INDEPEN.		Cº INTEGRADO	Cº ASOCIADO	ASESORAMIENTO	
		Cº AL x MAYOR	Cº AL x MENOR			COMERCIAL	AL CLIENTE CONSUMIDOR USUARIO
COMERCIALIZACIÓN Dirección y Planificación Comercial: -Investigación Comercial -Planificación, coordinación y supervisión de las políticas de: -Productos -Precios -Impulsión -Distribución Compras (empresa comercial) -Gestión de Compras -Administración de Compras Almacenaje y Distribución (empresa comercial) -Tráfico de Bienes -Tratamiento de la información: Documentación -Distribución en planta -Transporte Ventas: -Gestión de Ventas -Administración de Ventas Atención al público, cliente o usuarios -Control de Calidad del Servicio -Elaboración, obtención, tratamiento, validación y transmisión de información							
DIRECCIÓN							
FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN							
RECURSOS HUMANOS							
PRODUCCIÓN							
COMPRAS (empresa, industrial)							
I + D							
PROCESO DE DATOS							
H + C							

3. DIAGRAMA DE PROCESOS PRODUCTIVOS

1º CONSEJO DE ADMINISTRACION + DIRECCION GENERAL + COMITE DE DIRECCION





4. SUBPROCESOS TECNOLÓGICOS

Analizados los procesos productivos y de servicio de Comercio y Marketing, se han agrupado en conjuntos de trabajos que están ligados entre sí por la utilización de una tecnología y unos modos operativos característicos y cuyos materiales, información y resultados del trabajo son homogéneos. A dichos conjuntos, que se relacionan a continuación, se les ha denominado subprocesos tecnológicos:

Investigación comercial

Marketing-Mix

Logística

Ventas

Publicidad, promoción

Comunicación, relación y negociación

Administración

Comercio Internacional

EJEMPLO DE CARACTERIZACION DEL SUBPROCESO TECNOLÓGICO DE MARKETING-MIX

. Productos de entrada:

- Resultado de la investigación comercial.
- Información comercial en general.
- Análisis de datos generados por la marcha y reacción de la competencia.
- Publicaciones.

2. Medios de producción, instalaciones, máquinas, herramientas, útiles

- Equipos ofimáticos
 - . Hardware
 - . Software
- Armarios
- Prensa especializada
 - . General
 - . Sectorial
- Agenda
- Paneles
- Material de oficina
- Espionaje industrial
- Catálogos
- Información proporcionada por vendedores, distribuidores, clientes, etc.

3. Modos operativos (procedimientos o técnicas de trabajo)

- Análisis de la realidad
 - . Competencia, quiénes son y qué hacen
 - . Clientes, sus necesidades
 - . La empresa y sus productos
- Elaboración de un diagnóstico, previsiones (elaboración del Plan de Márketing)
- Toma de decisiones (concreción en objetivos y estrategias cuantificadas, con responsabilidades asignadas).
- Ejecución de las mismas
- Control de resultados
- Análisis de desviaciones y vuelta

4. Información: Naturaleza, tipos y soporte

- Ordenes de trabajo
- Paneles
- Estudios de coyuntura socio-económica y competencia
- Estudios sobre competencia
- Estudios realizados en el ámbito interno de la empresa sobre producto, precio, distribución, comunicación, ventas, etc.

5. Parámetros de calidad

- La cuenta de explotación.
- Análisis diario del D.P.P. (Direct Product Productivity) basado en el código de Barras.
- Comprobación visual
- Reacción de la competencia

6. Productos de salida:

- Informes a Compras sobre preferencias del consumidor
- Informes para el Plan estratégico de la empresa (largo plazo)
- Análisis y confección de series históricas, que sirven para detectar cambios en comportamiento del consumidor.
- Plan de marketing (a medio y corto plazo)

7. Personal necesario para el proceso

- Jefe de Producto
- Asistente de Jefe de Producto
- Jefe de Estudio/Analista de Mercado
- Jefe de Publicidad/Promoción/Merchandising
- Secretaria

ÁREA PROFESIONAL: NIVEL 2 Y 3

5. ÁREAS PROFESIONALES

SUBPROCESOS TECNOLÓGICOS	INVESTIGACIÓN COMERCIAL	MARKETING DE MIX	TÉCNICAS DE LOGÍSTICA	TÉCNICAS DE VENTAS	TÉCNICAS PUBLI-PROMOCIONALES	TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN, RELACIÓN Y NEGOCIACIÓN	TÉCNICAS DE ADMINISTRACIÓN	TÉCNICAS INTERNACIONALES
FUNCIONES SUBFUNCIONES								
COMERCIALIZACIÓN								
DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN								
COMPRAS								
ALMACEN Y DISTRIBUCIÓN								
VENTAS								
ATENCIÓN AL CLIENTE, USUARIO CONSUMIDOR								
DIRECCIÓN								
FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN								
I + D								
M + C								
PRODUCTOS								
RECURSOS HUMANOS								
PROCESO DE DATOS								

	NIVEL 3
--	---------

	NIVEL 2
--	---------

Anexo III

INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES EMPRESARIALES, SINDICALES Y PROFESIONALES CONSULTADAS

Organismos Públicos	Instituto Nacional de Consumo. Ministerio de Comercio. Ministerio de Obras Públicas, Transporte y Medio Ambiente. Instituto Español de Comercio Exterior.
Organizaciones Empresariales	CEPYME Asociación de Entidades de Distribución Asociación Nacional de Medianas y Grandes Empresas de Distribución Asociación Española de Codificación Comercial Grupo EROSKI Soc. Coop. Federación de Importadores y Exportadores (F.I.E.) Federación Española de Transitarios, Expedidores Internacionales y Asimilados (FETEIA). CEOE
Organizaciones Sindicales	U.G.T. CC.OO. ELA-STV CIGA
Organizaciones Profesionales	Club de Dirigentes de Marketing Asociación Española de Agentes Comerciales Consejo General de Agentes Comerciales

Anexo IV

TERMINOLOGÍA BÁSICA DEL CATÁLOGO DE TÍTULOS

- 1. Área funcional**

Conjunto de actividades realizadas por las personas que tienen asignado un objetivo de la producción y explicitan una función del sistema organizativo.

Las Áreas funcionales se dividen en áreas staff (personal, administración...) y áreas "en línea" (diseño, producción...)
- 2. Área profesional**

Conjunto de contenidos, técnicas, objetos físicos y símbolos, agrupados por la necesidad de afrontar problemas homogéneos respecto de los objetivos de producción (funciones y subfunciones) y de los conocimientos y habilidades necesarios para alcanzarlos (subprocesos).
- 3. Campo de observación**

Subconjunto de actividades productivas, que tienen una cierta afinidad tecnológica y profesional, agrupadas para su estudio por el **Grupo de Trabajo Profesional**.
- 4. Capacidades profesionales**

Expresa las capacidades más características de la **profesión**, señalando especialmente las que no son directamente observables en la realización del trabajo, así como las que tienen que ver con la respuesta a las contingencias, la organización del trabajo, la cooperación y relación en el entorno y la responsabilidad/autonomía.
- 5. Capacidad terminal**

Expresa en forma de resultados que deben ser alcanzados por los alumnos, la **competencia profesional** que acredita el título.

El conjunto de capacidades terminales de cada título definen y expresan los **aspectos básicos** de la competencia profesional y del nivel de formación y constituyen la **competencia característica** de cada título.

Esta "competencia característica" permite la validez del título en todo el territorio del Estado. Determina la **cualificación** mínima del título que debe ser alcanzada por todas las administraciones educativas a fin de conseguir la preparación profesional básica que permite la identificación estatal de la cualificación y el grado de homogeneidad necesario en la misma.
- 6. Ciclo formativo**

Formación profesional específica asociada al **perfil profesional** del Título, delimitada por dos criterios básicos: su afinidad y su contribución para alcanzar la competencia profesional característica del título. Se compone de Módulos profesionales.
- 7. Competencia profesional**

Capacidades para realizar roles y situaciones de trabajo a los niveles requeridos en el empleo. Incluyen la anticipación de problemas, la evaluación de las consecuencias del trabajo y la facultad de participar activamente en la mejora de la producción.

La competencia **requerida en el empleo** se expresa mediante las realizaciones profesionales y el dominio profesional de las mismas contenidos en el perfil profesional de cada título.

La competencia básica, **característica de cada título**, se define y expresa mediante el conjunto de **capacidades terminales** del mismo.

8. Cualificación

Nivel determinado de formación.

Debe precisarse "para qué". Así "**Cualificación en la profesión**" (término introducido por la LOGSE al afirmar que la FP capacita para el "desempeño cualificado" en las distintas profesiones) debe entenderse como el nivel de formación profesional necesario para alcanzar la competencia profesional característica del título.

De esta forma, la **cualificación que acredita un título** tiene un doble alcance:

- a) Es la formación necesaria para alcanzar la competencia profesional y la derivada de los objetivos socioeducativos.
- b) Incluye además de la anterior un cierto nivel de conocimientos culturales, científicos y tecnológicos derivados de la incardinación del título de FP en el sistema educativo.

9. Currículo de la formación profesional asociada a cada título

Conjunto de **capacidades terminales**, contenidos, métodos pedagógicos y criterios de evaluación necesarios para alcanzar la **competencia profesional** característica de cada título y para alcanzar el nivel de formación establecido.

10. Documento base del título

Determina la **competencia profesional** que debe conseguirse, las "enseñanzas mínimas" necesarias para alcanzarla, la duración de las enseñanzas profesionales, las especialidades de profesorado que deben impartirlas, los requisitos necesarios de espacios e instalaciones y las convalidaciones y/o accesos a estudios superiores.

11. Dominio Profesional

Es una descripción del campo de aplicación u objeto de las **realizaciones profesionales** de cada unidad de competencia. Expresa todos los elementos clave que deben considerarse para interpretar, en términos de la práctica actual (y previsiblemente futura), las realizaciones profesionales. Establece, pues, el contexto de las mismas y proporciona una guía para la evaluación de la competencia profesional.

Una realización profesional será satisfactoria o "competente" cuando la persona obtiene los resultados esperados expresados en los criterios de realización, en la diversidad de **contextos, situaciones y condiciones** definidas en el dominio.

Se define por los siguientes elementos y tipos de los mismos:

Medios de producción o tratamiento de la información.

Materiales y productos intermedios.

Principales resultados del trabajo: productos y/o servicios.

Procesos, métodos y procedimientos.

Información: naturaleza tipo y soportes.

Personal y/u organizaciones destinatarias de un servicio.

12. Elementos descriptivos de la profesionalidad

Conjunto de parámetros que tipificados convenientemente permiten discernir los dos niveles, medio y superior en los que se clasifican las actividades profesionales, al objeto de su ordenación en los dos niveles de formación profesional específica establecido en la LOGSE.

(1) Definidas en el Proyecto de Real Decreto por el que se establecen directrices generales sobre los títulos.

13. Figura profesional	<p>Conjunto de realizaciones profesionales, criterios de realización y dominios, estructurados en unidades de competencia, que expresan los logros, resultados, acciones o conocimientos esperados de las personas en las situaciones de trabajo.</p> <p>Aunque las realizaciones profesionales (consideradas una a una), que se han identificado y definido por el Grupo de Expertos del sector para cada figura profesional, persiguen ajustarse a lo que se requiere de las personas en los diversos roles de trabajo, la agrupación de las mismas que se ha realizado para constituir una figura profesional, conjuga la doble óptica de las necesidades de cualificación del sector y la coherencia del programa formativo correspondiente.</p>
14. Formación Asociada al Título (FAT)	<p>Conjunto de formación profesional de base y específica necesario para la adquisición de la competencia profesional y el nivel de formación característicos del Título.</p>
15. Formación Profesional de Base (FPB)	<p>Conjunto de conocimientos y habilidades relativos a un grupo de figuras profesionales que constituyen un Área Profesional. Proporcionar la base científico-tecnológica y las destrezas comunes para la adaptación al cambio en las cualificaciones y a la movilidad profesional en el Área. Se cursa en el tronco de la enseñanza secundaria o debe ser acreditada para el acceso a la FPE de los ciclos formativos.</p>
16. Formación Profesional Específica (FPE)	<p>Conjunto de conocimientos y habilidades más profesionalizadoras que culminan la formación profesional. Se ordenan en ciclos formativos de grado medio y superior y estos, a su vez, en módulos profesionales.</p>
17. Función y subfunción	<p>Conjunto homogéneo de actividades de producción, dirigidas a conseguir un mismo objetivo. Las funciones pueden ser explícitas o implícitas. En el primer caso, en la estructura empresarial existen una o más personas encargadas de su desarrollo. Es implícita cuando el ejercicio de la función no está localizado en un punto de la estructura.</p>
18. Módulo profesional	<p>Bloque "coherente" de FPE. Es la unidad de oferta educativa y la parte más pequeña de FPE que puede acreditarse y capitalizarse para la obtención de un título profesional.</p> <p>Pueden estar asociados a una o varias unidades de competencia, o bien a objetivos socio-educativos.</p>
19. Profesión	<p>Competencia profesional relativa a un título. Se expresan por la competencia requerida en el empleo (perfil del título) y por la competencia característica del título.</p>
20. Realizaciones profesionales	
Realizaciones	<p>Describe lo que las personas deben ser capaces de realizar en las situaciones de trabajo. Expresa los logros o resultados esperados que la persona debe ser capaz de demostrar para conseguir el rol de la correspondiente unidad de competencia.</p>
Criterios de realización	<p>Son "especificaciones" que para cada realización persiguen determinar el comportamiento de las personas correspondiente a los niveles de profesionalidad requeridos para un área ocupacional dada.</p> <p>Describen los resultados o "logros clave" que muestran la competencia profesional. Deben considerarse que son la respuesta encontrada por un grupo de expertos del sector a la pregunta ¿Cómo puede saberse si una persona es competente, o está cualificado, en la realización profesional correspondiente?.</p>

Expresan, por tanto, el nivel aceptable de la **realización profesional** que satisface los objetivos de las organizaciones productivas y deben permitir discernir la "realización profesional competente" de la que no lo es. Son, pues, una guía para la evaluación de la **competencia profesional**.

Cada criterio define una característica de la **realización profesional** bien hecha. La **realización profesional** "plenamente competente" o satisfactoria requiere satisfacer todos los "criterios de realización" de la misma.

21. Subproceso tecnológico

Conjunto de trabajos ligados entre sí por la utilización de una tecnología y unos modos operativos característicos.

Se caracterizan por los medios de producción, de tratamiento de la información, materiales y productos intermedios, información y resultados del trabajo.

22. Título Profesional:

Denominación de la **profesión**. Acredita con alcance y validez estatal:

a) La formación necesaria para alcanzar la "**cualificación en la profesión**".

b) La formación necesaria para posibilitar una adecuada inserción profesional (organización y características del sector, mecanismos de la inserción profesional, legislación laboral básica, trabajo en condiciones de seguridad,...).

23. Unidad de Competencia:

Conjunto de realizaciones profesionales con valor y significado en el empleo. Se obtienen por división de la competencia general de la "**figura profesional**" y deben tener sentido para la mayoría de los empleadores del sector. El conjunto de **realizaciones profesionales** que engloba, debería ser susceptible de constituir un rol esencial de trabajo.

FAMILIA PROFESIONAL: COMERCIO Y MARKETING

ERRATAS

Página 195

En el cuadro de PROFESORADO el módulo de: Gestión administrativa del comercio internacional, que aparece asignado al cuerpo de Profesor Técnico de F. P. (Especialidad: Procesos comerciales), debe estar adscrito al cuerpo de Profesor de Enseñanza Secundaria (Especialidad: Organización y Gestión Comercial).

Ciclos Formativos de Formación Profesional

Números Publicados

1. Química
2. Edificación y Obra Civil
3. Hostelería y Turismo
4. Textil, Confección y Piel
5. Madera y Mueble
6. Actividades Marítimo - Pesqueras
7. Mantenimiento de Vehículos Autopropulsados:
Automoción
8. Fabricación Mecánica: Construcciones Metálicas
9. Comercio y Marketing