

**PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN DE
SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS, DE
ÁMBITO ESTATAL, DIRIGIDAS PRIORITARIAMENTE A LAS
PERSONAS OCUPADAS, EN APLICACIÓN DE LA ORDEN
TAS/718/2008, DE 7 DE MARZO.**

CONVOCATORIA 2014

AGRUPACIÓN SECTORIAL DE ADMINISTRACIÓN

1.- OBJETO Y LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONCURSO

El objeto del presente pliego consiste en la prestación, en la convocatoria estatal 2014 dirigida prioritariamente a trabajadores/as ocupados/as, de los servicios de impartición, que comprenden los siguientes conceptos:

- 1.-Colaboración en la selección de participantes con la Federación de Servicios de CCOO (en adelante CCOO-SERVICIOS) y la Fundación Formación y Empleo Miguel Escalera (en adelante FOREM).
- 2.-Aportación de profesores y tutores.
- 3.-Puesta a disposición de las aulas debidamente equipadas o plataformas de formación.
- 4.-Aportación de materiales didácticos y equipos.

La licitación deberá realizarse para la impartición de las acciones formativas de la agrupación sectorial de Administración (sectores: despachos de técnicos tributarios y asesores fiscales; gestión y mediación inmobiliaria; gestorías administrativas; notarios y personal empleado; oficinas y despachos; registradores de la propiedad y mercantiles) presentadas en el Anexo adjunto.

2.- ENTIDAD CONTRATANTE

CCOO-SERVICIOS ha constituido agrupación con FOREM e ISTAS, convirtiéndose ambas entidades en beneficiarias de la subvención. La entidad contratante en relación a esta licitación será FOREM.

3.- MARCO LEGAL

- a) Solicitud de cada una de las acciones formativas y condiciones de aprobación de la solicitud.
- b) Instrucciones de certificación y justificación económica publicadas por la FTFE.
- c) *Resolución de 19 de agosto de 2014, del Servicio Público de Empleo Estatal, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión de subvenciones para la ejecución de planes de formación, de ámbito estatal, dirigidos prioritariamente a las personas ocupadas, en aplicación de la Orden TAS/718/2008, de 7 de marzo, por la que se regula la formación de oferta y se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones públicas destinadas a su financiación.*
- d) *ORDEN TAS/718/2008, de 7 de marzo, por la que se desarrolla el Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo, por el que se regula el subsistema de formación profesional para el empleo, en materia de formación de oferta y se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones públicas destinadas a su financiación.*
- e) *REAL DECRETO 395/2007, de 23 de marzo, por el que se regula el Subsistema de Formación profesional para el empleo*
- f) *Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones y Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003.*

4.- CONSIDERACIONES PARTICULARES ACERCA DE LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO

4.1. Entrada en vigor. La impartición de las acciones formativas comenzará una vez suscrito el contrato entre la entidad adjudicataria y FOREM, entidad agrupada a CCOO-SERVICIOS, que será la entidad contratante. La entidad adjudicataria se registrará en todo momento por el contrato suscrito con la entidad contratante y por el manual de procedimientos elaborado por CCOO-SERVICIOS y FOREM.

4.2. Financiación. Los planes de formación que se desarrollen al amparo de esta convocatoria se financiarán con cargo al crédito presupuestario 19.101.241.482.50 del presupuesto de gastos del Servicio Público de Empleo Estatal para el ejercicio 2014. La financiación máxima correspondiente a la presente convocatoria se eleva a 138.918.625 euros.

4.3. Custodia de la documentación. CCOO-SERVICIOS y FOREM podrán recabar de la entidad adjudicataria de la formación, toda la documentación e información que, como consecuencia de los servicios prestados pudiera poseer, al objeto de poder responder ante quien tenga derecho según Orden TAS/718/2008, de 7 de marzo, en actividades de seguimiento, liquidación y control, y además deberá conservar a disposición de los órganos de auditoría y control la documentación justificativa relacionada con los gastos y gestión de las acciones formativas indicadas en el Anexo adjunto, hasta 4 años a partir de la finalización del plazo de presentación de la justificación, sin menoscabo del cumplimiento de los plazos fiscales y mercantiles de la legislación española.

4.4 Información. Las entidades adjudicatarias deberán dar a conocer el carácter público de la financiación por el Servicio Público de Empleo Estatal en todas las actuaciones relacionadas con la difusión y el desarrollo de las acciones formativas subvencionadas. Además, deberán informar por medios demostrables que la formación realizada por las entidades adjudicatarias ha sido promovida por CCOO-SERVICIOS y FOREM.

4.5. Participantes. La entidad adjudicataria del contrato colaborará en la selección de participantes con CCOO-SERVICIOS y FOREM, atendiendo a las prioridades del plan de formación, a las necesidades identificadas por los Servicios Públicos de Empleo respecto de las personas desempleadas y a criterios de igualdad y de objetividad.

Los colectivos prioritarios deben suponer el 100% del total de alumnado del plan de formación, siendo éstos: mujeres, personas con discapacidad, personas de baja cualificación, mayores de 45 años, jóvenes menores de 30 años, desempleados de larga duración y trabajadores de pequeñas y medianas empresas.

Las personas desempleadas participantes deberán estar inscritas como demandantes de empleo en los Servicios Públicos de Empleo y serán propuestas por los mismos, previa solicitud de las entidades beneficiarias en colaboración con la entidad adjudicataria.

4.6. Subcontratación. La ejecución de los servicios anteriormente citados se realizará por la entidad adjudicataria de forma directa, siendo responsable única de su correcta ejecución y del cumplimiento de las condiciones que la convocatoria y la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo determinan para la subcontratación de servicios.

En el caso de que la entidad de formación requiera la contratación de algún servicio externo, siempre según la normativa de la convocatoria y la Ley General de Subvenciones y se realizará con entidades cuyo centro de trabajo esté en España. En cualquier caso, la realización de cualquier tipo de subcontratación requerirá de la autorización previa de FOREM.

4.7 Gratuidad. La formación objeto del contrato será totalmente gratuita para el alumnado, por lo que éste no deberá abonar cantidad alguna por ningún concepto relacionado con el/los curso/s. En el caso de que la formación permita la obtención de algún tipo de certificación adicional a la reflejada en el punto 4.9 del presente pliego, en la que las tasas del examen para la obtención de dicha certificación así como de expedición del título no estén incluidas, se deben reflejar en la propuesta. En caso de no hacerlo, se entenderá que están incluidas.

4.8 Ejecución de la formación: Las acciones formativas se podrán ejecutar desde el día de la firma del contrato con FOREM hasta el día 31 de octubre de 2015 o fecha que establezca el SEPE.

4.9 Certificación de la formación. La entidad adjudicataria del contrato, impartidora de la formación, emitirá a cada participante que haya finalizado la acción formativa un certificado de asistencia a la misma, o bien un diploma cuando haya superado la formación con evaluación positiva. El diploma o, en su caso, el certificado deberá ser entregado o remitido a los participantes en el plazo máximo de quince días a partir de la fecha de finalización de la acción formativa en la que hayan participado.

El incumplimiento de alguna de las anteriores consideraciones particulares determinará a FOREM a rescindir la relación contractual con la entidad adjudicataria.

5.-CONSIDERACIONES PARTICULARES ACERCA DE LA LICITACIÓN

5.1. Plazo para la recepción de solicitudes de participación y documentación.

Para que las solicitudes sean admitidas en plazo deberán estar presentadas físicamente como límite máximo el décimo día hábil (se tendrán en cuenta los días hábiles de Madrid capital), a contar desde el día siguiente a la fecha de publicación del concurso en la Web de FOREM y en la de CCOO-SERVICIOS.

5.2. Lugar y forma de presentación de solicitudes de participación y documentación solicitada.

Las solicitudes de participación deberán presentarse en las oficinas centrales de FOREM, entidad agrupada a CCOO-SERVICIOS, en horario de 10.00 a 14.00 y de 16.00 a 18.00 horas de lunes a jueves y los viernes de 10.00 a 14.00 horas.

Podrán entregarse en mano o por cualquier sistema de correo, certificado o mensajería, en sobre cerrado, teniendo en cuenta la fecha límite de recepción, en:

Fundación Formación y Empleo Miguel Escalera
Calle de las Mercedes, 19
28020 Madrid
Att. Elena Fernández

Asunto: CONCURSO DE ADJUDICACIÓN DE LOS SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS, DE ÁMBITO ESTATAL, DIRIGIDAS PRIORITARIAMENTE A LAS PERSONAS OCUPADAS, EN APLICACIÓN DE LA ORDEN TAS/718/2008, DE 7 DE MARZO. CONVOCATORIA 2014. AGRUPACIÓN SECTORIAL DE ADMINISTRACIÓN

5.3. Comunicación del resultado.

Una vez finalizado el plazo de presentación de solicitudes, la entidad contratante resolverá en el plazo máximo de 10 días hábiles.

La comunicación del resultado se realizará por medio de correo electrónico a la persona de contacto que figure en la solicitud.

6.- CONSIDERACIONES PARTICULARES ACERCA DEL SOLICITANTE

6.1. Documentación. Las entidades interesadas en participar en el concurso deberán aportar los siguientes documentos:

6.1. a. Documentación general y acreditativa de la representación.

1. Documento manifestando su voluntad de participar en el concurso.
2. En el caso de persona física o empresario individual el DNI o el documento que haga sus veces.
3. En caso de persona jurídica:
 - a. fotocopia del número de identificación fiscal de la entidad.
 - b. copia del documento de identidad de la persona que actúa en nombre y representación de la misma.
 - c. copia del documento de constitución de la empresa debidamente inscrito en el registro correspondiente y de aquellos posteriores necesarios para acreditar la personalidad jurídica, objeto social y composición y titularidad de los órganos de administración o aportación de un Certificado del Registro Mercantil en el que conste los datos de la inscripción de la empresa y de su Copia del poder que acredite las facultades de representación del firmante de la oferta.
4. En cualquier caso, persona física o persona jurídica,
 - a. acreditación de encontrarse al corriente de pago durante los doce últimos meses de sus obligaciones con la Agencia Tributaria y la Seguridad Social. Ambos certificados deberán tener fecha igual o posterior al anuncio público.
 - b. declaración responsable de no encontrarse en alguna de las circunstancias descritas en el artículo 13.2 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.
 - c. VILEM de los doce meses anteriores a la fecha de la publicación de la presente licitación en el caso de persona jurídica.

6.1. b. Documentación acreditativa de certificación en Calidad.

La ausencia de cualquier documento de los relacionados anteriormente implicará el archivo de toda la documentación sin proceder a la valoración de la solicitud.

6.2. Memoria de la capacidad técnica del solicitante.

Para poder evaluar adecuadamente las diferentes ofertas, los licitadores deberán adjuntar a su propuesta una memoria que contenga la siguiente información:

6.2. a. Experiencia en formación

Se valorarán la experiencia previa en formación de oferta en los últimos tres años, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Experiencia previa en formación de oferta en el sector o sectores objeto del contrato.
- Impartición previa de las acciones formativas anexas.
- Adecuación de la oferta formativa impartida a las acciones y área prioritarias fijadas por el Servicio Público de Empleo Estatal y las Comisiones Paritarias Sectoriales en cada convocatoria.
- Experiencia en la impartición de acciones formativas con certificación oficial (homologaciones Universitarias, EUCIP, CECA, certificados de profesionalidad, etc.). En este caso, será imprescindible presentar la acreditación correspondiente.
- Disponer de recursos didácticos que faciliten el aprendizaje permanente y su aplicación práctica en el ámbito laboral.

6.2. b. Recursos humanos y materiales para la impartición

Se deberá describir y cuantificar los recursos humanos y materiales propios, tanto en materia de gestión, coordinación y soporte administrativo, como en materia pedagógica. Para ello, se describirán las infraestructuras disponibles para la gestión y ejecución de la formación, así como los recursos humanos con los cuenta la entidad licitadora.

En la valoración de los recursos humanos se analizarán los curriculum, tanto del personal de la propia entidad, como el de los formadores/tutores que imparten la formación. Se tendrá en cuenta si estos últimos tienen experiencia previa en la impartición de formación de oferta y formación específica en e-learning.

6.2. c. Metodología didáctica

La entidad licitadora deberá describir la metodología didáctica que utilizará para la ejecución de las acciones formativas.

Esta metodología deberá contemplar un proceso de evaluación de la formación que permita, entre otros aspectos, comprobar la participación activa del alumnado en el proceso de aprendizaje así como los resultados del mismo.

El proceso de aprendizaje se realizará en el campus www.ccoontigocampus.es, por ello se debe diseñar una metodología didáctica que contemple la utilización y aprovechamiento de los recursos del portal

6.2. d. Material didáctico

Se tendrán en cuenta los materiales didácticos diseñados por la entidad licitadora, tanto para los participantes como para los docentes, que se utilicen durante el proceso formativo.

En el caso acciones formativas con homologaciones universitarias (EUCIP, CECA, EFPA, etc.) es imprescindible presentar *certificado de revisión de contenidos formativos* por parte de la entidad certificadora para asegurar la calidad de los mismos. En caso de que el material no esté bajo estas certificaciones, hay que indicar la fecha de actualización del mismo. En cualquier caso, en aquellas acciones formativas que estén sujetos a cambios normativos, se debe emitir certificación expresa de su actualización.

6.2. e. Código de Responsabilidad Social Empresarial.

Se valorará la aportación de un código de Responsabilidad Social Empresarial que explique las pautas de conducta frente a cada uno de los grupos de interés relacionados con su actividad: equipo humano, clientes, proveedores, sociedad e instituciones.

En este sentido, la entidad licitadora podrá acreditar, entre otros aspectos, los relativos a:

1. La no existencia de sentencias condenatorias en la Inspección de Trabajo u otras instancias.
2. Haber desarrollado un plan de Igualdad de oportunidades o disponer de medidas de igualdad, basado en el trato igualitario y no discriminatorio por motivos de origen, raza, género, etc., en los procesos de selección, retribución, formación y desarrollo profesional.
3. Mantener un diálogo activo, fomentado la participación de la plantilla en cualquier aspecto que pueda mejorar tanto las relaciones cotidianas entre compañeros/as y jefes, como las relaciones colectivas: negociación colectiva, participación en grupos de trabajo, comités, emisión de sugerencias, etc.
4. Grado de cumplimiento de la normativa en concepto de contratación laboral de personas con discapacidad (mínimo 2% de la plantilla si supera los 50 trabajadores) y/o medidas alternativas implementadas en la

empresa.

6.2. f. Certificación en calidad

Se valorará que la entidad licitadora esté en posesión de una certificación de calidad expedida por un organismo homologado en el ámbito nacional o internacional, que refrende y acredite el correcto desempeño de la actividad contratada si fuese necesario. Se deberá aportar la documentación acreditativa de la certificación correspondiente.

6.2. g. Grado de satisfacción del alumnado en los planes de CCOO-SERVICIOS de la convocatoria 2013.

Se tendrá en cuenta el grado de satisfacción del alumnado formado por la entidad licitadora en los planes de formación de CCOO-SERVICIOS de la convocatoria 2013, según el siguiente desglose:

% de alumnado insatisfecho	Puntuación
<= 5%	1
<= 10%	0,75
<= 15%	0,50
> 15%	0

Las entidades licitadoras que no hayan participado en la convocatoria 2013 en los planes de formación de CCOO-SERVICIOS, deberán aportar una memoria de evaluación que haya sido realizada por una entidad externa a la misma.

6.3. Mejoras al pliego.

Dotar a las acciones formativas, a las que optan las entidades, de recursos didácticos (entradas blogs, píldoras de aprendizaje, videos,...) que faciliten el aprendizaje permanente y la aplicación práctica en el ámbito laboral de lo aprendido, utilizando entre otros, los recursos inéditos de las escuelas, del portal CCOOntigocampus, en las que se enmarca la formación de estas acciones.

6.4. Oferta económica.

La oferta económica deberá realizarse en términos de coste/hora/participante por acción formativa de las recogidas en el Anexo I adjunto.

Se valorará la capacidad de la entidad licitadora para alcanzar al mayor número de personas a formar con un menor coste, es decir, se tendrá en cuenta el grado de ajuste del módulo respecto del módulo máximo financiable calculado a partir de los módulos económicos que establezca la normativa vigente según la modalidad de impartición. Esto es:

- Presencial: 9 euros en el supuesto de nivel básico de la formación y 13 euros en el supuesto del nivel medio-superior. Para la determinación del nivel básico o medio-superior se estará a lo dispuesto en el Anexo I de la Orden TAS 718/2008, de 7 de marzo.
- Teleformación: 7,5 euros.
- Mixta: se aplicarán los módulos anteriores en función de las horas de formación presencial y o teleformación que tenga la acción formativa.

Eficiencia económica	Puntuación
1. La media del coste/hora/participante de la ayuda solicitada se corresponde con la media del coste/hora/participante de la ayuda máxima financiable	0
2. La media del coste/hora/participante de la ayuda solicitada es hasta un 16% inferior a la media del coste/hora/participante de la ayuda máxima financiable	desde 0,1 hasta 2,5
3. La media del coste/hora/participante de la ayuda solicitada es desde un 16,01% hasta un 21% inferior a la media del coste/hora/participante de la ayuda máxima financiable	desde 2,6 hasta 5

Cualquier reducción superior al 21% implicará no tener en cuenta la propuesta.

7. - CRITERIOS DE VALORACIÓN DEL CONCURSO

Las propuestas presentadas se valorarán teniendo en cuenta la siguiente puntuación:

7.1. Memoria de la capacidad técnica (85 puntos)

- a) Experiencia en formación (35 puntos)
- b) Recursos humanos y materiales para la impartición (18 puntos)
- c) Metodología didáctica (12 puntos)
- d) Material didáctico (12 puntos)
- e) Código de Responsabilidad Social Empresarial (5 puntos)
- f) Certificación en calidad (2 puntos)
- g) Grado de satisfacción del alumnado en los planes de CCOO-SERVICIOS de la convocatoria 2013 (1 punto)

7.2. Mejoras al pliego (10 puntos)

7.3. Oferta económica (5 puntos)

8. - CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONCURSO

La adjudicación del concurso recaerá sobre la empresa licitadora que presente en su conjunto más puntuación, en base a los criterios que se especifican en este pliego.

Todas las condiciones y términos de la colaboración quedarán reflejados en el contrato, que será firmado con anterioridad al inicio de los cursos licitados.

Se podrá realizar la adjudicación de bloques completos o de alguna de las acciones contempladas dentro de un bloque si se considera que la empresa licitadora solo recoge en éstas la calidad adecuada.

9.- PROTECCIÓN DE DATOS

La entidad adjudicataria y el personal que tenga relación directa e indirecta con la prestación a los usuarios de los servicios previstos en este pliego, guardarán secreto y confidencialidad sobre todas las informaciones, documentos y asuntos a los que tengan acceso o conocimiento durante la vigencia del contrato, estando obligados a no hacer público o no dar otro destino al exigido para la realización de las acciones formativas. La empresa adjudicataria se compromete expresamente al cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de Carácter Personal.

ANEXO I. OFERTA FORMATIVA
AGRUPACIÓN SECTORIAL DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ECONÓMICA FINANCIERA

Nº ACCIÓN	DENOMINACIÓN ACCIÓN
3	DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
9	ASESORÍA FISCAL
13	EXPERTO EN GESTIÓN INMOBILIARIA. GESTOR INMOBILIARIO: FISCALIDAD
14	LEAN OFFICE
18	Internacionalización de empresas
25	Business Strategy. Modelos de negocio y Estrategias Startup
34	Gestión de comunidades de propietarios
51	El plan de negocio en microempresas
52	IVA y trámites aduaneros
57	Gestión de dirección y control de microempresas
58	Principios básicos de la i+d+i en la empresa
61	Asesor en productos de inversión
62	CONTABILIDAD PREVISIONAL

ESCUELA DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Nº ACCIÓN	DENOMINACIÓN ACCIÓN
27	CÁLCULO DE PRESTACIONES DE LA SEGURIDAD SOCIAL: PRESTACIONES CONTRIBUTIVAS

ESCUELA DE HABILIDADES INTERPERSONALES

Nº ACCIÓN	DENOMINACIÓN ACCIÓN
63	Técnicas de secretariado de dirección

ESCUELA JURÍDICA

Nº ACCIÓN	DENOMINACIÓN ACCIÓN
11	EXPERTO EN GESTIÓN INMOBILIARIA. GESTOR INMOBILIARIO: DERECHO Y FISCALIDAD
36	LEY CONCURSAL: APLICACIÓN PRÁCTICA DEL DERECHO CONCURSAL EN EL ENTORNO EMPRESARIAL
40	Derecho laboral: Retribuciones salariales, cotizaciones y recaudación
45	Gestión de contratos con el sector público
49	LEGISLACIÓN Y NORMATIVA TRIBUTARIA: IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA)

ESCUELA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

Nº ACCIÓN	DENOMINACIÓN ACCIÓN
4	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (IDM)
15	EXPERTO EN GESTIÓN INMOBILIARIA. GESTOR INMOBILIARIO: MARKETING Y PUBLICIDAD
16	FOTOGRAFIA INMOBILIARIA

19	Redacción Publicitaria para Medios Tradicionales y Online
----	---

ESCUELA DE SALUD LABORAL, PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y MEDIOAMBIENTE

Nº ACCIÓN	DENOMINACIÓN ACCIÓN
5	GESTION DE LA CALIDAD: ENFOQUE POR PROCESOS
24	Técnico/a experto/a en certificación energética en edificios

ESCUELA DE TECNOLOGÍAS Y SISTEMAS DE LA INFORMACIÓN. ÁREAS TÉCNICAS

Nº ACCIÓN	DENOMINACIÓN ACCIÓN
1	DATA WAREHOUSE Y DATAMINING: PRINCIPIOS Y APLICACIONES
2	DESARROLLO DE INTERFACES WEB RIA CON AJAX Y JAVA
6	INTRODUCCION A LOS SISTEMAS DE INFORMACION INTEGRADOS (ERP)
7	TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION PARA LA GESTION EMPRESARIAL
8	CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE PROJECT MANAGEMENT. Primer ciclo
10	CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE PROJECT MANAGEMENT. Segundo ciclo
12	PROJECT MANAGEMENT. ESPECIALIZACIÓN
21	CREACIÓN, PROGRAMACIÓN Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB CON HTML5 Y CSS3
22	PHOTOSHOP Y PRODUCCIÓN DIGITAL CS6
23	LIGHTROOM 5 (Retoque de imágenes)
26	Desarrollo TIC para la fidelización y acción comercial. Gamificación.

ANEXO II. DEFINICIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS

AGRUPACIÓN SECTORIAL DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ECONÓMICO FINANCIERA

Acción 3. DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	100	SI	NO

OBJETIVOS

Este curso se dedica al estudio de la empresa, de la dirección y organización de ésta en el entorno competitivo actual. Se pretende dar una formación que ayude a desarrollar las capacidades de diagnóstico y resolución de problemas, tal como aparecen en la realidad, dando un conjunto de conocimientos, herramientas y esquemas conceptuales que son necesarios en cada caso y, sobre todo aplicables a situaciones concretas. El curso pretende formar en profundidad a los asistentes al mismo en todas las técnicas relacionadas con la administración y dirección de empresas, haciendo especial hincapié en los aspectos prácticos de las mismas. Para ello el curso aborda el estudio de las diferentes áreas funcionales de la empresa, y mediante una combinación docente de aspectos teóricos y estudio de "casos" para la simulación de la realidad, se introduce a los participantes en la toma de decisiones asociadas a la dirección de empresas.

PROGRAMA

UD 1 CONCEPTOS GENERALES (10 h.) • Formalizar el concepto de empresa y justificar su utilidad como mecanismo de coordinación alternativo al mercado. • Comentar la evolución y problemática del concepto de "empresario". • Analizar la empresa actual como sistema sociotécnico abierto, en permanente interacción con el entorno. • Presentar los aspectos que caracterizan la empresa como organización.

UD 2 LA DIRECCIÓN EN LA EMPRESA Y EL PROCESO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA (10 h.) • Presentar los aspectos que caracterizan la empresa como organización. • Analizar las raíces del "problema estratégico", y profundizar en el concepto de estrategia. • Estudiar la evolución de los sistemas de Dirección hasta llegar al Management Estratégico. • Formalizar el proceso de Dirección Estratégica. • Analizar las actividades que desarrolla el subsistema directivo para lograr la consecución de los objetivos de la organización. • Presentar un enfoque que integra la orientación al cliente, a las personas que forman la empresa y a la consecución de objetivos. • Presentar algunos conceptos básicos manejados en la dirección estratégica, como son la misión, los fines, la cultura de empresa, etc.

UD 3 ANÁLISIS EXTERNO (10 h.) • Concienciar de la necesidad de realizar un análisis del entorno como parte integrante del proceso de análisis estratégico. • Formalizar un proceso racional de análisis del entorno y proporcionar los conceptos teóricos básicos que posibiliten analizar rigurosamente el entorno de cualquier organización. • Acercar al alumno las herramientas más habituales que suelen utilizarse a la hora de realizar el análisis.

UD 4 ANÁLISIS INTERNO (10 h.) • Formalizar el proceso de análisis interno de la organización, complementario al análisis externo tratado en la unidad didáctica anterior. • Concienciar al alumno de la necesidad de profundizar en las fortalezas y debilidades que presenta la organización como paso previo a la implantación de cualquier tipo de estrategia futura. • Proporcionar una serie de herramientas de análisis que permitan acometer el estudio interno de la organización. • Introducir y analizar herramientas integradoras de los resultados de los análisis interno y externo, las matrices estratégicas, y su utilidad como resúmenes intuitivos de todo el proceso de análisis estratégico.

UD 5 FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES (10 h.) • Vincular el concepto de estrategia con el de ventaja competitiva sostenible. • Identificar los diferentes niveles de estrategia. • Comparar las posibles estrategias competitivas que pueden adoptar las empresas.

UD 6 LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS (10 h.) • Destacar la importancia que las personas tienen para las empresas en la actualidad. • Definir el concepto de Dirección de Recursos Humanos. • Diferenciar los conceptos de liderazgo, dirección y poder. • Analizar las fuentes de poder y las aptitudes de los líderes para influir en el

comportamiento de las personas en la organización. • Definir el concepto de Comunicación en las Organizaciones, destacando el porqué de su importancia y los tipos existentes. • Definir los conceptos de Reclutamiento y Selección y analizar las acciones necesarias para su desarrollo. • Analizar las necesidades de Formación en las Organizaciones y los Planes para satisfacerlas. • Aclarar cuál es la misión de la Evaluación y que alternativas existen para realizarla. • Analizar las funciones que debe cumplir el sistema de retribución en las Organizaciones.

UD 7 LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES (10 h.) • Analizar la visión actual de las operaciones en la empresa. • Analizar la relación entre la planificación empresarial y la planificación de operaciones. • Mostrar un enfoque útil para la concreción de los objetivos del área de operaciones. • Definir el concepto de producción en la situación actual. • Analizar la producción desde el enfoque de sistemas. • Analizar las funciones del subsistema de producción.

UD 8 EL SISTEMA DE MARKETING (10 h.) • Dar una visión general sobre el concepto de marketing. • Analizar cómo ha evolucionado el Marketing a lo largo del tiempo. • Definir el concepto de Marketing. • Estudiar los principales elementos del marketing. • Analizar las tendencias del Marketing que más aceptación están teniendo en los últimos años.

UD 9 LA EMPRESA Y LA INFORMACIÓN ECONÓMICA (I) (10h.) • Presentar la información económica (interna y externa) como parte del sistema de información de la organización, al ser la base para el análisis y la toma de decisiones. • Presentar a la contabilidad como el lenguaje de estos instrumentos informativos, sin cuyos principios y conceptos no es posible la comprensión de aquellos instrumentos. • Introducir el concepto de normalización contable.

UD 10 LA EMPRESA Y LA INFORMACIÓN ECONÓMICA (II) (10 h.) • Presentar a los estados financieros como instrumento informativo que consolida y recoge la información económico-financiera de la organización. • Presentar el análisis de las Cuentas Anuales o Estados Financieros de una empresa como vía para obtener información elaborada y con un cierto nivel de profundidad sobre la empresa. • Estudiar las principales herramientas para el análisis de las inversiones empresariales.

Acción 9. ASESORÍA FISCAL

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	120	SI	NO

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Se pretende que el alumno conozca los aspectos fiscales de los productos y servicios de inversión y financiación para el diagnóstico y asesoramiento financiero en la empresa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo. El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de: - Asesorar a los clientes de la fiscalidad de todo tipo de inversiones y productos financieros. - Asesorar fiscalmente a sus clientes sobre los distintos tipos de impuestos y planificar fiscalmente las inversiones. A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FISCALIDAD DE LAS INVERSIONES CONTENIDOS TEÓRICOS: 50 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 10
 1.1. DEPÓSITOS Y CUENTAS BANCARIAS. 1.1.1. Depósitos primarios. 1.1.2. Depósitos estructurados. 1.2. ACTIVOS DE RENTA FIJA Y RENTA VARIABLE. 1.2.1. Fiscalidad general de los activos de renta fija. 1.2.2. Fiscalidad general de los activos de las acciones. 1.3. DERIVADOS FINANCIEROS. 1.3.1. Régimen fiscal de futuros y opciones en el IRPF. 1.3.2. Régimen fiscal de futuros y opciones en otros impuestos. 1.4. FONDOS Y SOCIEDADES DE INVERSIÓN. 1.4.1. Fiscalidad de las Sociedades y Fondos de Inversión. 1.5. SEGUROS Y UNIT LINKED. 1.5.1. Fiscalidad del contrato de seguros o similares. Aportaciones. 1.5.2. Fiscalidad

del contrato de seguros de vida o invalidez: Prestaciones. 1.5.3. Fiscalidad de los Unit Linked. 1.5.4. Fiscalidad del seguro personal voluntario de accidentes. 1.5.5. Fiscalidad del seguro personal de enfermedad. 1.5.6. Fiscalidad del seguro público. 1.6. PLANES DE PENSIONES. 1.6.1. Fiscalidad de los planes de pensiones. 1.6.2. Fiscalidad de las mutualidades de previsión social (artículo 51.2 del IRPF). 1.6.3. Fiscalidad de los Planes de Previsión Asegurados (PPA) (artículo 51.3 del IRPF). 1.6.4. Fiscalidad de los Planes de Previsión Social Empresarial (PPSE) (artículo 51.4 del IRPF). 1.6.5. Fiscalidad de los seguros privados que cubren dependencia severa o gran dependencia (artículo 51.5 del IRPF). 1.6.6. Fiscalidad de las aportaciones a patrimonios protegidos de discapacitados (artículo 53 del IRPF). 1.6.7. Fiscalidad de los planes de jubilación. 1.6.8. Fiscalidad de las aportaciones de los cónyuges (artículo 51.7 del IRPF).

UNIDAD DIDÁCTICA 2: ASESORAMIENTO FISCAL CONTENIDOS TEÓRICOS: 50 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 10 2.1. IRPF. 2.2. IMPUESTO SOBRE EL PATRIMONIO. 2.3. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES. 2.4. IMPUESTO DE SUCESIONES Y DONACIONES. 2.5. FISCALIDAD DE LOS NO RESIDENTES. 2.6. PLANIFICACIÓN FISCAL. 2.6.1. Optimización fiscal en la gestión de patrimonio mobiliario e inmobiliario. 2.6.2. Planificación hereditaria.

BIBLIOGRAFIA GLOSARIO ENLACES DE INTERÉS.

Acción 13. EXPERTO EN GESTIÓN INMOBILIARIA. GESTOR INMOBILIARIO: FISCALIDAD

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	105	SI	SI

OBJETIVOS

Facilitar a los alumnos unos conocimientos generales y específicos para poder gestionar de forma completa y adecuada un negocio inmobiliario desde el punto de vista fiscal; teniendo los conocimientos fiscales necesarios para poder asesorar a los posibles clientes en cada una de las situaciones que se pueden plantear a la hora de realizar cualquier tipo de acto o negocio jurídico referido al sector inmobiliario. A través de los objetivos generales señalados se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de formación, entre ellos: Garantizar la NO DISCRIMINACIÓN Y EL ACCESO A LA FORMACIÓN de los trabajadores/as, a través del proceso de selección de participantes en esta acción formativa, respetando los porcentajes que se determinen para esta convocatoria. Fomentar la FORMACIÓN A LO LARGO DE LA VIDA, estimulando la readaptación y promoción profesional de los trabajadores/as participantes en esta acción. Colaborar en el establecimiento de unos ESTÁNDARES DE CALIDAD homologados para la formación que se da en el sector, mediante la aplicación de evaluaciones sistemáticas a través de cuestionarios de opinión, cuestionarios de aplicabilidad en el puesto de trabajo y evaluación de habilidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo.

El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Identificar cada negocio jurídico, identificando el impuesto al que tributaría, relacionando ambos ámbitos de forma que el alumno pueda plantear un negocio de la forma jurídica más económica para los sujetos implicados.
- Tener conocimiento del contenido de cada uno de los impuestos y tasas específicos, desde la identificación del impuesto correspondiente, hasta su liquidación y pago.
- Conocer el alcance y las consecuencias jurídicas y fiscales que se generan cuando se interviene en un acto o negocio inmobiliario.
- Conocer los conceptos y las diferentes formas jurídicas que se dan en cualquier tipo de transacción inmobiliaria, de forma que se cuantifique también la consecuencia fiscal de forma que el alumno sepa elegir la forma más rentable de enfocar una operación inmobiliaria.
- Conocer la repercusión de la realización de una compraventa frente a terceros.
- Dominar todos los derechos y obligaciones que tienen las partes que intervienen en un negocio inmobiliario y las responsabilidades que se adquieren al ser propietario.
- Conocer el sector inmobiliario, su funcionamiento y desarrollo de forma profesionalizada.

A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA FISCAL ESPAÑOL: LOS TRIBUTOS. CONTENIDOS TEÓRICOS: 9 HORAS
CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 HORAS 1.1. Principios básicos. 1.2. Concepto y clasificación de los tributos. 1.3. Elementos de los tributos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 HORAS 2.1. Naturaleza, características y ámbito de aplicación. 2.2. Hecho imponible. 2.3. Sujetos pasivos, base imponible y tipo de gravamen. 2.4. Obligación de presentar el impuesto, devengo y prescripción. 2.5. Deslinde de la imposición sobre transmisiones onerosas y de la imposición sobre el IVA. 2.6. Comprobación de valores. 2.7. Autoliquidación del impuesto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (I.V.A.): LEY Y REGLAMENTO. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 HORAS 3.1. Hecho imponible. No sujeción y exenciones. 3.2. Sujeto pasivo. 3.3. Devengo y base imponible. 3.4. Tipos impositivos. 3.5. Incompatibilidad entre el IVA e ITP. 3.6. Operaciones inmobiliarias más características. 3.7. Gestión del impuesto.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. IMPUESTO SOBRE SUCESIONES Y DONACIONES. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 HORAS 4.1. Sucesiones: Naturaleza, características y ámbito de aplicación. 4.2. Sucesiones: Hecho imponible, sujeto pasivo, base imponible y tipo de gravamen. 4.3. Sucesiones: Autoliquidación del impuesto. 4.4. Donaciones: Naturaleza, características y ámbito de aplicación. 4.5. Donaciones: Hecho imponible, sujeto pasivo, base imponible y tipo de gravamen. 4.6. Donaciones: Autoliquidación del impuesto. 4.7. Comprobación. 4.8. Devengo y prescripción. 4.9. Usufructo: concepto, clases y otras instituciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (I.R.P.F.). LEY Y REGLAMENTO. CONTENIDOS TEÓRICOS: 15 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 HORAS 5.1. Hecho imponible, determinación de la capacidad económica. 5.2. Base imponible, especial mención al procedimiento de capital inmobiliario y a las ganancias y pérdidas patrimoniales por la venta de inmuebles. Exención en caso de reinversión de vivienda habitual. 5.3. Base liquidable, renta sujeta a gravamen. 5.4. Cuota íntegra: aplicación del tipo de gravamen según la escala. 5.5. Principales deducciones estatales por adquisición, construcción o rehabilitación de vivienda habitual. Concepto de vivienda habitual.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES: LEY Y REGLAMENTO DEL IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES. CONTENIDOS TEÓRICOS: 14 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 HORAS 6.1. Diferencia entre el resultado contable y el resultado fiscal. 6.2. Principales ajustes sobre el resultado contable. 6.3. Amortización. 6.4. Correcciones valorativas. 6.5. Gastos fiscalmente deducibles. 6.6. Incentivos fiscales para empresas de reducida dimensión. 6.7. Compensación de bases imponibles negativas. 6.8. Cuota íntegra. 6.9. Cuota líquida. Deducciones y bonificaciones. 6.10. Cuota diferencial.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRIBUTOS MUNICIPALES, TASAS Y CONTRIBUCIONES ESPECIALES. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 3 HORAS 7.1. Valor catastral: catastro y valoración. 7.2. Impuesto sobre bienes inmuebles (IBI). 7.3. Impuesto sobre incremento del valor de los terrenos de naturaleza urbana (IVTNU). 7.4. Impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras (ICIO) e impuesto de actividades económicas (IAE). 7.5. Tasas y contribuciones especiales.
GLOSARIO BIBLIOGRAFÍA ENLACES DE INTERÉS.

Acción 14. LEAN OFFICE

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	50	SI	SI

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: aplicar las herramientas LEAN en la oficina y en consecuencia, reducir los costes indirectos fruto de la incorrecta gestión y organización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Mejorar la organización individual y colectiva.

- Mejorar los procesos, la comunicación y el trabajo en equipo.
- Ahorrar en el material de oficina evitando el despilfarro.

PROGRAMA

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA LEAN Duración total: 5 horas. Duración teórica: 3 horas. Duración práctica: 2 horas. Contenido teórico: 1. Origen de la metodología. 2. Conceptos fundamentales de la metodología lean. 3. Principios de la metodología lean. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

UNIDAD 2. LEAN OFFICE. CÓMO AYUDA LA FILOSOFÍA LEAN AL ENTORNO ADMINISTRATIVO. Duración total: 5 horas. Duración teórica: 3 horas. Duración práctica: 2 horas. Contenido teórico: 1. Beneficios de la metodología lean en el entorno administrativo. 2. Implantación del sistema lean. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

UNIDAD 3. LOS 7 DESPILFARROS Y LAS 5S. Duración total: 10 horas. Duración teórica: 6 horas. Duración práctica: 4 horas. Contenido teórico: 1. Conceptos previos. 2. Los 7 despilfarros de la oficina. 3. Programas 5S de orden y limpieza. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

UNIDAD 4. EL VALOR PARA EL CLIENTE Y EL VALOR DE LAS PERSONAS. Duración total: 10 horas. Duración teórica: 6 horas. Duración práctica: 4 horas. Contenido teórico: 1. Identifica el valor para tu cliente. 2. El valor de las personas. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

UNIDAD 5. ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS Y GESTIÓN VISUAL DE LA OFICINA. Duración total: 10 horas. Duración teórica: 6 horas. Duración práctica: 4 horas. Contenido teórico: 1. Estandarización de procesos. 2. La gestión visual de la oficina. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

UNIDAD 6. TÉCNICAS DE RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y PLAN DE ACCIONES LEAN. Duración total: 10 horas. Duración teórica: 6 horas. Duración práctica: 4 horas. Contenido teórico: 1. Técnicas de resolución de problemas. 2. Plan de acciones lean. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

Acción 18. Internacionalización de empresas

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	70	SI	NO

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

El objetivo general es ofrecer unas bases sencillas para afrontar la internacionalización de las empresas, dentro del panorama actual de crisis económica, como medio de lograr un mayor éxito competitivo. A través de los objetivos generales señalados se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de formación, entre ellos: Garantizar la NO DISCRIMINACIÓN Y EL ACCESO A LA FORMACIÓN de los trabajadores/as, a través del proceso de selección de participantes en esta acción formativa, respetando los porcentajes que se determinen para esta convocatoria. Fomentar la FORMACIÓN A LO LARGO DE LA VIDA, estimulando la readaptación y promoción profesional de los trabajadores/as participantes en esta acción. Colaborar en el establecimiento de unos ESTÁNDARES DE CALIDAD homologados para la formación que se da en el sector, mediante la aplicación de evaluaciones sistemáticas a través de cuestionarios de opinión, cuestionarios de aplicabilidad en el puesto de trabajo y evaluación de habilidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo. El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

MÓDULO I: - Conocer la situación real de la empresa. - Poner a disposición de todos, las herramientas necesarias y la metodología para conocer el entorno. - Ofrecer un conocimiento básico sobre las principales preguntas a responder cuando se quiera analizar una empresa. - Conocer en qué consiste el entorno específico de cada empresa. - Conocer la matriz de Porter, como vía para conocer las fuerzas competitivas. - Saber diferenciar entre cliente, competencia y mercado. - Disponer de una herramienta sencilla que nos permita analizar cada uno de los elementos anteriormente establecidos. - Conocer qué es un objetivo. - Saber diferenciar las características que debe de poseer todo objetivo. - Diferenciar los distintos tipos de objetivos. - Conocer los principales aspectos a tener en cuenta en la fijación de objetivos. - Conocer qué es una estrategia. - Qué componentes conforman la estrategia. - Saber los distintos tipos de estrategia existentes. - Poner a disposición de los alumnos una herramienta que nos permita evaluar la estrategia definida. - Dar a conocer la idea de internacionalización. - Poner a disposición de los alumnos una herramienta sencilla que les permita analizar el potencial.

MÓDULO II - Facilitar la toma de decisiones a la hora de exportar. - Proyectar en realidades, herramientas que hemos podido ver en las anteriores unidades. - Conocer si reunimos las condiciones para exportar. - Resolver las principales dudas que surgen a la hora de exportar. - Aprender a planificar el acto de internacionalizarse. - Conocer cuáles son las estrategias más frecuentes a la hora de iniciar un proceso de internacionalización. - Aprender las cuestiones básicas que han de tomarse en cuenta, cuando queremos tomar una decisión. - Saber diferenciar entre las estrategias de concentración y de diversificación. - Conocer cuáles son los elementos de investigación de un estudio de mercado para la internacionalización. - Aprender a seleccionar un mercado. - Reconocer las fases en la elección del mercado. - Disponer de una herramienta sencilla de ayuda en la selección de mercados objetivos. - Conocer las distintas vías de promoción del comercio exterior puestas a nuestra disposición. - Distinguir entre ellas y saber elegir la que mejor convenga en cada situación. - Conocer los principales órganos e instituciones que apoyan el comercio exterior. A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

MÓDULO I. CONTENIDOS TEÓRICOS: 26 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 9 HORAS.

Unidad didáctica 1: Situación de la empresa y su entorno **CONTENIDOS TEÓRICOS: 4 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA.** 1.1. Situación de la empresa 1.2. Análisis del entorno 1.3. Principales factores del entorno general
Unidad didáctica 2: Análisis estratégico del sector, de la competencia y de su posición en el mercado **CONTENIDOS TEÓRICOS: 5 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2 HORAS.** 2.1. Entorno específico 2.2. Análisis de las fuerzas competitivas de Porter 2.3. Análisis de la competencia 2.4. Análisis del cliente 2.5. Análisis del mercado
Unidad didáctica 3: Definición de los objetivos de la empresa **CONTENIDOS TEÓRICOS: 5 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA.** 3.1. Objetivos 3.2. Tipos de objetivos 3.3. Criterios para la fijación de objetivos
Unidad didáctica 4: Determinación y selección de sus estrategias **CONTENIDOS TEÓRICOS: 7 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 3 HORAS.** 4.1. ¿Con qué componentes cuenta la estrategia? 4.2. Estrategias genéricas 4.3. Estrategias de crecimiento 4.4. Evaluación de la estrategia
Unidad didáctica 5: Potencial de internacionalización **CONTENIDOS TEÓRICOS: 5 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2 HORAS.** 5.1. Internacionalización globalización 5.2. Evaluar el potencial de internacionalización de la empresa 5.3. Casos de éxito.

MÓDULO II. CONTENIDOS TEÓRICOS: 30 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5 HORAS.

Unidad didáctica 1: La decisión de exportar **CONTENIDOS TEÓRICOS: 7 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA.** 1.1. Planificar la internacionalización 1.2. Preguntas más frecuentes a la hora de tomar la decisión 1.3. Casos de éxito
Unidad didáctica 2: Estrategia de concentración/diversificación. **CONTENIDOS TEÓRICOS: 8 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA.** 2.1. Definición del mercado 2.2. Posibles estrategias
Unidad didáctica 3: Prospección y elección del mercado objetivo. **CONTENIDOS TEÓRICOS: 8 HORAS. CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2 HORAS.** 3.1. Investigación de mercados 3.2. ¿Cómo se selecciona un mercado? 3.3. Selección de mercados
Unidad didáctica 4: Plan de búsqueda de información **CONTENIDOS TEÓRICOS: 7 HORAS.**

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA. 4.1. Diferencia entre ayudas, subvenciones y financiación 4.2. Apoyos a la internacionalización GLOSARIO ENLACES DE INTERÉS BIBLIOGRAFIA.

Acción 25. Business Strategy. Modelos de negocio y Estrategias Startup

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	75	SI	NO

OBJETIVOS

- Objetivo General:

Proporcionar al alumno los conocimientos necesarios sobre los nuevos modelos de negocio que están desafiando a los tradicionales. Evaluar como Internet revoluciona los conceptos de modelo de negocio existentes y prever hacia donde van las tendencias actuales.

Objetivos Específicos:

- Proporcionar una visión clara de negocio en todos los ámbitos de la gestión empresarial.
- Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de negocios y puesta en marcha del mismo.
- Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar un plan de negocios y puesta en marcha del mismo.
- Gestionar la presencia de una empresa en los medios sociales y rentabilizar todas y cada una de sus acciones online.
- Comprender y utilizar las herramientas necesarias para analizar mercados y modelos de negocio tanto en los esquemas tradicionales de negocio como en los nuevos mercados digitales.
- Asimilar los conceptos y fundamentos que permitirán aplicar la metodología Lean Startup.

PROGRAMA

UNIDAD 1. ANALIZAR Y DISEÑAR MODELOS DE NEGOCIO DURACION TOTAL: 12 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 8 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 4 HORAS CONTENIDOS TEÓRICOS - Motivación y Comunicación CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 1.

UNIDAD 2. PATRONES DE MODELO DE NEGOCIO DURACION TOTAL: 13 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 9 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 4 HORAS CONTENIDOS TEÓRICOS: - Modelos empresariales CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 2

UNIDAD 3. DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO DURACION TOTAL: 13 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 9 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 4 HORAS CONTENIDOS TEÓRICOS: - El plan de negocio. Executive summary. CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 3

UNIDAD 4. ESTRATEGIA. DURACION TOTAL: 12 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 8 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 4 HORAS CONTENIDOS TEÓRICOS: - Estrategias para la implantación de Modelos de negocio CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 4

UNIDAD 5. ¿CÓMO GENERAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO? EL PROCESO. DURACION TOTAL: 12 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 8 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 4 HORAS CONTENIDOS TEÓRICOS: - Conceptos fundamentales - Diseño CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 5

UNIDAD 6. LEAN STARTUP DURACION TOTAL: 13 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 9 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 4 HORAS CONTENIDOS TEÓRICOS: - Management Lean startup - Estrategias Lean startup - El método Lean startup y la gestión de Recursos Humanos CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 6.

Acción 34. Gestión de comunidades de propietarios

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	80	SI	NO

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas.

Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- **Objetivos generales:** Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.

- **Objetivos específicos:** Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado. Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivo general:

- **GESTIONAR LOS ESCRITOS RELACIONADOS CON LA COMUNIDAD, LA PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS COMUNITARIAS Y LAS REUNIONES DE PROPIETARIOS, TOMANDO COMO BASE LA LEY DE PROPIEDAD HORIZONTAL.**

Objetivos específicos:

- CONOCER LA LEGISLACIÓN BASE SOBRE LA PROPIEDAD HORIZONTAL Y LA CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS.
- IDENTIFICAR LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PROPIETARIOS DENTRO DE UNA COMUNIDAD.
- DIFERENCIAR LOS ÓRGANOS QUE CONFORMAN EL GOBIERNO DE UNA COMUNIDAD Y LOS ESCRITOS RELACIONADOS CON LAS REUNIONES DE VECINOS.
- GESTIONAR LOS PRESUPUESTOS DE UNA COMUNIDAD, CONTABILIZANDO LOS INGRESOS Y GASTOS PARA SU POSTERIOR PRESENTACIÓN ANTE LA JUNTA DE PROPIETARIOS.
- CONOCER LOS PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN DE COBRO DE PROPIETARIOS MOROSOS.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal. Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. LA PROPIEDAD HORIZONTAL Y LAS COMUNIDADES DE PROPIETARIOS (10 HORAS) 1.1. PROPIEDAD HORIZONTAL 1.2. LEY DE PROPIEDAD HORIZONTAL 1.3. CONSTITUCIÓN DE UNA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS 1.4. DOCUMENTOS IMPORTANTES PARA LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS

UNIDAD 2. EL TÍTULO CONSTITUTIVO, LOS ESTATUTOS Y LAS NORMAS DE RÉGIMEN INTERIOR (10 HORAS) 2.1. TÍTULO CONSTITUTIVO. ART. 5 LPH 2.2. LOS ESTATUTOS DE LA COMUNIDAD. ART. 5 LPH 2.3. NORMAS DE RÉGIMEN INTERIOR. ART. 6 LPH

UNIDAD 3. DERECHOS Y OBLIGACIONES EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS (10 HORAS) 3.1. OBLIGACIONES DE LA COMUNIDAD 3.2. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PROPIETARIOS 3.3. ACTIVIDADES NO PERMITIDAS

UNIDAD 4. ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS (10 HORAS) 4.1. LA JUNTA DE PROPIETARIOS 4.2. EL PRESIDENTE 4.3. EL VICEPRESIDENTE O LOS VICEPRESIDENTES. ART. 13.4 LPH 4.4. EL SECRETARIO 4.5. EL ADMINISTRADOR. ART. 13.6 Y 20 LPH 4.6. ORGANIZACIÓN EN PEQUEÑAS COMUNIDADES DE PROPIETARIOS

UNIDAD 5. OBRAS EN ELEMENTOS COMUNES Y PRIVATIVOS DE LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS (10 HORAS) 5.1. ELEMENTOS COMUNES Y PRIVATIVOS 5.2. OBRAS EN ELEMENTOS COMUNES 5.3. OBRAS EN ELEMENTOS PRIVATIVOS. ART. 7.1

UNIDAD 6. LA CONTABILIDAD EN LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS (10 HORAS) 6.1. INGRESOS EN LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS 6.2. GASTOS EN LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS 6.3. PRESUPUESTOS Y FONDO DE RESERVA 6.4. CONTABILIDAD EN LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS 6.5. PRESENTACIÓN DE CUENTAS 6.6. DEUDAS DE LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS. ART. 22 LPH

UNIDAD 7. GESTIÓN DE COBROS EN LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS (10 HORAS) 7.1. COBRO DE LAS CUOTAS A LA COMUNIDAD 7.2. COBRO A MOROSOS. ART. 21 LPH

UNIDAD 8. OTRAS CUESTIONES RELEVANTES EN LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS (10 HORAS) 8.1. CONTRATACIÓN DE EMPLEADOS EN FINCAS URBANAS 8.2. LA PRL EN LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS 8.3. SEGUROS DE INMUEBLES 8.4. LOS COMPLEJOS INMOBILIARIOS PRIVADOS. ART. 24 LPH 8.5. LA LOPD EN LA COMUNIDAD DE PROPIETARIOS.

Acción 51. El plan de negocio en microempresas

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	80	SI	SI

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas.

Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- **Objetivos generales:** Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.

- **Objetivos específicos:** Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado. Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivo general:

- DIRIGIR INICIATIVAS EMPRESARIALES DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS, ASÍ COMO LA PLANIFICACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE ÁREAS DE NEGOCIO, PROGRAMANDO LAS ACTIVIDADES, GESTIONANDO PERSONAS, ORGANIZANDO Y CONTROLANDO RECURSOS MATERIALES, LAS OPERACIONES ECONÓMICO-FINANCIERAS Y DESARROLLANDO LA COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, CON EL FIN DE GARANTIZAR EL LOGRO DE SUS OBJETIVOS EMPRESARIALES Y EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA VIGENTE.

Objetivos específicos:

- DIFERENCIAR UNA EMPRESA DE UNA MICROEMPRESA.
- ELABORAR UNA IDEA DE NEGOCIO BUSCANDO LA INFORMACIÓN.
- RECABAR INFORMACIÓN DEL MERCADO, DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR POTENCIAS A TRAVÉS DE DISTINTAS TÉCNICAS Y ANÁLISIS.
- SABER PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA COMERCIAL CON UN PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO.
- APRENDER A PLANIFICAR LOS RECURSOS NECESARIOS TANTO HUMANOS COMO FINANCIEROS.
- CREAR Y GESTIONAR UNA MICROEMPRESA AJUSTÁNDOLA A LAS NORMAS JURÍDICAS EXISTENTES.
- CALCULAR LA VIABILIDAD FINANCIERA DE LA EMPRESA.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal.

Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. ESTUDIO DE VIABILIDAD DE IDEAS DE NEGOCIO EN MICROEMPRESAS (8 HORAS) 1.1. LA EMPRESA: CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS 1.2. LA MICROEMPRESA: CARACTERÍSTICAS Y DIFERENCIACIÓN 1.3. DIAGNÓSTICO DE LAS CAPACIDADES DEL EMPRENDEDOR/A: FACTORES PERSONALES Y FINANCIEROS 1.4. LAS IDEAS DE NEGOCIO: FUENTES DE BÚSQUEDA DE IDEAS; VARIABLES DE ESTUDIO; FACTORES DIRECTOS E INDIRECTOS 1.5. CÓMO ELEGIR LA MEJOR IDEA DE NEGOCIO, CUADRO DE ANÁLISIS DAFO: UTILIDAD, ESTRUCTURA, ELABORACIÓN E INTERPRETACIÓN

UNIDAD 2. ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LOS SECTORES DE ACTIVIDAD DE LAS MICROEMPRESAS (10 HORAS) 2.1. EL MERCADO: CARACTERÍSTICAS, FACTORES IMPLICADOS Y ESTRATEGIAS PARA SUPERAR LAS BARRERAS DE ENTRADA 2.2. ESTUDIO DE MERCADOS: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA 2.3. TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN COMERCIAL PARA MICROEMPRESAS: CUESTIONARIO, OBSERVACIÓN Y SEUDOCOMPRAS 2.4. ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA COMPETENCIA: IDENTIFICACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE SUS VARIABLES 2.5. EL CONSUMIDOR: CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN 2.6. EL CUESTIONARIO: RECOMENDACIONES BÁSICAS, TIPOS DE PREGUNTAS, DURACIÓN Y DISEÑO 2.7. ESTADÍSTICOS MÁS IMPORTANTES EN LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL: CÁLCULO, INTERPRETACIÓN Y REPRESENTACIÓN GRÁFICA

UNIDAD 3. LA ESTRATEGIA COMERCIAL DE LAS MICROEMPRESAS (13 HORAS) 3.1. LA IMPORTANCIA DE CONTAR CON UN PLAN DE MARKETING 3.2. EL MARKETING MIX: LAS 4 P'S, PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN 3.3. EL PRODUCTO: CARACTERÍSTICAS, TIPOS, CICLO DE LA VIDA DEL PRODUCTO 3.4. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PRECIOS: OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE PRECIOS, ESTRATEGIAS Y MÉTODOS DE FIJACIÓN 3.5. LA PUBLICIDAD: TIPOS, ELECCIÓN DEL MEDIO PUBLICITARIO Y COSTES 3.6. LA PROMOCIÓN DE VENTAS: OBJETIVOS, INSTRUMENTOS, EFECTOS Y COSTES 3.7. LA DISTRIBUCIÓN: FUNCIONES, TIPOS Y CANALES 3.8. LA ATENCIÓN AL CLIENTE: DIRECTRICES BÁSICAS

UNIDAD 4. PLANIFICACIÓN DE RECURSOS NECESARIOS EN LAS MICROEMPRESAS (10 HORAS) 4.1. LA ACTIVIDAD ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA: ELEMENTOS MATERIALES, PERSONALES Y FUNCIONALES 4.2. LA PREVISIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN MICROEMPRESAS: LOS PUESTOS DE TRABAJO, PERFILES PROFESIONALES, COSTES A ASUMIR Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA. ORGANIGRAMA 4.3. LOS RECURSOS MATERIALES EN MICROEMPRESAS: INSTALACIONES, EQUIPAMIENTOS Y MEDIOS 4.4. DECISIONES DE INVERSIÓN. EL LOCAL DE NEGOCIO: SELECCIÓN Y ANÁLISIS DEL DISEÑO Y LOCALIZACIÓN 4.5. APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN DE MICROEMPRESAS: UTILIDADES BÁSICAS 4.6. EXIGENCIAS LEGALES EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN SECTORES HABITUALES DE MICROEMPRESAS 4.7. LA EXTERNALIZACIÓN DE SERVICIOS: UTILIDAD Y COSTES

UNIDAD 5. IDENTIFICACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA EN LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE MICROEMPRESAS (8 HORAS) 5.1. TIPOS DE FORMAS JURÍDICAS MÁS USUALES EN MICROEMPRESAS 5.2. LA DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA: EXIGENCIAS LEGALES, ASPECTOS FISCALES, RESPONSABILIDADES Y CAPITAL SOCIAL 5.3. EL EMPRESARIO INDIVIDUAL: CARACTERÍSTICAS Y NORMATIVA ASOCIADA 5.4. SOCIEDADES MERCANTILES: CARACTERÍSTICAS Y NORMATIVA ASOCIADA 5.5. COSTES DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA

UNIDAD 6. PLANIFICACIÓN FINANCIERA EN MICROEMPRESAS (8 HORAS) 6.1. CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES DEL PRESUPUESTO 6.2. TIPOS DE PRESUPUESTOS: PRESUPUESTO DE INVERSIONES, PRESUPUESTO OPERATIVO, PRESUPUESTO DE VENTAS, PRESUPUESTO DE COMPRAS 6.3. ESTRUCTURA, ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE PRESUPUESTOS 6.4. MASAS PATRIMONIALES DEL

BALANCE: COMPONENTES DEL ACTIVO, PASIVO 6.5. LOS ESTADOS FINANCIEROS: ESTRUCTURA, ELABORACIÓN Y MODELOS

UNIDAD 7. ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA EN LAS MICROEMPRESAS (15 HORAS) 7.1. EL EQUILIBRIO FINANCIERO: CÁLCULO E INTERPRETACIÓN 7.2. LOS ESTADOS FINANCIEROS PREVISIONALES: SIGNIFICADO E INTERPRETACIÓN 7.3. INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS: RATIOS FINANCIEROS, ECONÓMICOS Y DE ROTACIÓN MÁS IMPORTANTES 7.4. CÁLCULO E INTERPRETACIÓN DE RATIOS 7.5. INFORMES ECONÓMICOS, FINANCIEROS Y PATRIMONIALES: UTILIDAD EN EL ANÁLISIS DE VIABILIDAD 7.6. AJUSTES DE LA SITUACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE LAS MICROEMPRESAS: DESVIACIONES Y ANOMALÍAS 7.7. MEDIDAS CORRECTORAS DE LAS DESVIACIONES 7.8. LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN: CRITERIOS PARA SU SELECCIÓN

UNIDAD 8. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO EN LAS MICROEMPRESAS (8 HORAS) 8.1. UTILIDAD DEL PLAN DE NEGOCIO EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICROEMPRESAS 8.2. ESTRUCTURA DEL PLAN DE EMPRESA: PLAN DE MARKETING, PLAN DE ORGANIZACIÓN DE RECURSOS, PLAN FINANCIERO Y PLAN JURÍDICO FORMAL 8.3. INFORMES DE ANÁLISIS DE SITUACIÓN: INFORMACIÓN COMERCIAL, ECONÓMICO-FINANCIERA, CUADROS COMPARATIVOS DE FORMAS JURÍDICAS DE LA EMPRESA 8.4. ASPECTOS FORMALES DEL DOCUMENTO: CLARIDAD, LIMPIEZA, ORDEN Y BREVEDAD 8.5. INSTRUMENTOS DE EDICIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Acción 52. IVA y trámites aduaneros

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	90	SI	SI

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas.

Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- Objetivos generales: Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.
- Objetivos específicos: Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado. Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivos generales:

- ADQUIRIR LOS CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES Y BÁSICOS DE LA GESTIÓN ADUANERA.
- CONOCER LOS CONCEPTOS PRINCIPALES, LA NORMATIVA BÁSICA Y LAS INSTITUCIONES QUE TIENEN COMPETENCIAS EN ESTOS TEMAS.

Objetivos específicos:

- ADQUIRIR LOS CONOCIMIENTOS FUNDAMENTALES Y BÁSICOS DE LA GESTIÓN ADUANERA.
- CONOCER LOS CONCEPTOS PRINCIPALES, LA NORMATIVA BÁSICA Y LAS INSTITUCIONES QUE TIENEN COMPETENCIAS EN ESTOS TEMAS.
- ADQUIRIR LAS HABILIDADES PRIMORDIALES PARA PODER COMPRENDER TODA LA OPERATIVA DE LA GESTIÓN ADUANERA.

- DESENVOLVERSE CON SOLTURA EN LOS TRÁMITES ADUANEROS TANTO EN IMPORTACIÓN COMO EN EXPORTACIÓN DE MERCANCÍAS.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal.

Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. CONCEPTOS BÁSICOS E INFORMACIÓN ADUANERA (45 HORAS) 1.1. ASPECTOS GENERALES DE LA GESTIÓN ADUANERA 1.2. LA UNIÓN ADUANERA COMUNITARIA 1.3. EL ORIGEN DE LAS MERCANCÍAS.

UNIDAD 2. PROCEDIMIENTOS Y TRÁMITES ADUANEROS (45 HORAS) 2.1. EL VALOR EN ADUANAS 2.2. EL ARANCEL 2.3. EL PROCEDIMIENTO DEL DESPACHO DE ADUANAS.

Acción 57. Gestión de dirección y control de microempresas

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	80	SI	SI

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas.

Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- Objetivos generales: Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.

- Objetivos específicos: Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado.

Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivo general:

- CONOCER LAS PAUTAS PARA DIRIGIR UNA MICROEMPRESA Y A SU VEZ CONSEGUIR UN MEJOR Y EFICAZ DESEMPEÑO DE LAS LABORES EMPRESARIALES.
- APRENDER A GESTIONAR LOS RECURSOS DE LOS QUE DISPONE LA EMPRESA DE MANERA EFICIENTE.

Objetivos específicos:

- APRENDER LA NORMATIVA LABORAL EN REFERENCIA A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA.
- CONOCER LAS MEJORES PAUTAS DE SELECCIÓN DE PERSONAL.
- SABER MOTIVAR Y FORMAR AL PERSONAL.
- IDENTIFICAR LOS RIESGOS LABORALES ASOCIADOS AL PUESTO DE TRABAJO Y PREVENIRLOS DE ACUERDO CON LA NORMATIVA VIGENTE.
- GESTIONAR DE MANERA CORRECTA LOS RECURSOS MATERIALES Y TECNOLÓGICOS.
- IMPLANTAR EN LA EMPRESA UN MODELO DE CALIDAD DONDE EL OBJETIVO SEA LA MEJORA CONTINUA Y LA APLICACIÓN DE MEDIDAS CORRECTORAS EN LOS CASOS NECESARIOS.
- ESTABLECER UN CONTROL INTERNO EN LA EMPRESA.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal.

Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LAS MICROEMPRESAS (18 HORAS) 1.1. DERECHOS Y DEBERES DE LOS TRABAJADORES: NORMATIVA LABORAL BÁSICA, CONVENIOS COLECTIVOS MÁS SIGNIFICATIVOS, Y OTRAS NORMAS REGULADORAS 1.2. LOS CONTRATOS LABORALES EN MICROEMPRESAS: CARACTERÍSTICAS, FORMA Y VALIDEZ 1.3. LA PRODUCTIVIDAD DEL FACTOR HUMANO 1.4. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS 1.5. TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN DE LOS TRABAJADORES 1.6. LA IMPORTANCIA DE LA RELACIÓN CON LOS TRABAJADORES 1.7. PLANES DE INCENTIVOS Y ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN 1.8. LA FORMACIÓN Y APRENDIZAJE COMO FACTOR DE MOTIVACIÓN 1.9. DETECCIÓN DE NECESIDADES DE CUALIFICACIÓN 1.10. MODALIDADES Y ESTRATEGIAS DE FORMACIÓN PARA TRABAJADORES DE MICROEMPRESAS

UNIDAD 2. GESTIÓN DE RIESGOS LABORALES EN MICROEMPRESAS (15 HORAS) 2.1. EL CONTROL DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES 2.2. LOS ESCENARIOS LABORALES Y SUS RIESGOS. ACCIONES PREVENTIVAS DE LOS RIESGOS LABORALES 2.3. LEY DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y SU APLICACIÓN EN DISTINTOS SECTORES DE ACTIVIDAD DE MICROEMPRESAS

UNIDAD 3. GESTIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y TECNOLÓGICOS (15 HORAS) 3.1. ÁREAS DE TRABAJO HABITUALES EN MICROEMPRESAS: VARIABLES IMPLICADAS EN LA DETECCIÓN DE NECESIDADES DE RECURSOS MATERIALES Y TECNOLÓGICOS 3.2. LAS APLICACIONES INFORMÁTICAS ASOCIADAS A LA GESTIÓN DE MICROEMPRESAS: VENTAJAS E INCONVENIENTES 3.3. ADQUISICIÓN DE RECURSOS EN MICROEMPRESAS: VARIABLES A ANALIZAR, SOLICITUD, ESTUDIO DE OFERTAS Y GESTIÓN DE COMPRA 3.4. CÁLCULO DE RENTABILIDAD DE RECURSOS: GRÁFICOS DE GANTT Y PERT

UNIDAD 4. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICROEMPRESAS (14 HORAS) 4.1. LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO: IMPORTANCIA Y OBJETO 4.2. EL CONTROL INTERNO EN LAS MICROEMPRESAS: CLASES, CARACTERÍSTICAS Y ÁREAS CRÍTICAS 4.3. MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD 4.4. MEDIDAS CORRECTORAS 4.5. IMPLANTACIÓN DE MODELOS DE CALIDAD HABITUALES EN MICROEMPRESAS. EL PROCESO DE ACREDITACIÓN Y LA CERTIFICACIÓN. INDICADORES DE CALIDAD EN LA GESTIÓN DE MICROEMPRESAS

UNIDAD 5. EL CONTROL INTERNO Y EL CUADRO DE MANDOS INTEGRAL (CMI) (18 HORAS) 5.1. OBJETIVOS DE CONTROL INTERNO 5.2. CLASES DE CONTROLES INTERNOS SEGÚN SU NATURALEZA Y FINALIDAD 5.3. ASPECTOS BÁSICOS A TENER EN CUENTA A LA HORA DE ESTABLECER UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO EN DISTINTAS MICROEMPRESAS 5.4. EL MANUAL DE PROCEDIMIENTO 5.5. CONCEPTO DE UN CMI 5.6. EL CMI FRENTE A LOS SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN HABITUALES. VENTAJAS E INCONVENIENTES 5.7. INDICADORES GENÉRICOS Y ESPECÍFICOS DE LAS DIVERSAS PERSPECTIVAS 5.8. CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE CMI.

Acción 58. PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA I+D+I EN LA EMPRESA

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	60	SI	NO

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas. Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- **Objetivos generales:** Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.
- **Objetivos específicos:** Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado.

Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivo general:

- CONOCER EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DE LOS PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA I+D+I EN LAS EMPRESAS.

Objetivos específicos:

- DEFINIR LA INNOVACIÓN Y SU PAPEL EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL.
- CONOCER LAS VENTAJAS DE LA CULTURA INNOVADORA FRENTE A OTRAS CULTURAS EMPRESARIALES.
- CONOCER EL ÁMBITO Y ALCANCE DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS.
- DESARROLLAR LOS PROCEDIMIENTOS Y MÉTODOS ADECUADOS PARA EL DISEÑO DE UNA EMPRESA INNOVADORA.
- DETALLAR LA RELEVANCIA DE LA COLABORACIÓN PARA LA ÓPTIMA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS.
- DESARROLLAR EL PAPEL DE LA I+D EN EL PROCESOS DE INNOVACIÓN Y DE LOS DIFERENTES TIPOS DE INNOVACIÓN SEGÚN SU NATURALEZA U OBJETIVO.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal.

Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. EL PORQUÉ DE LA INNOVACIÓN (12 HORAS) 1.1. CONCEPTO 1.2. TIPOS DE INNOVACIÓN 1.3. FUENTES DE LA INNOVACIÓN 1.4. EL PROCESO DE CAMBIO

UNIDAD 2. CULTURA INNOVADORA VS OTRAS CULTURAS EMPRESARIALES (12 HORAS) 2.1. CONCEPTO DE CULTURA EMPRESARIAL 2.2. TIPOS DE CULTURA EMPRESARIAL 2.3. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS 2.4. CULTURA INNOVADORA

UNIDAD 3. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA (12 HORAS) 3.1. CONCEPTO DE TECNOLOGÍA 3.2. TIPOLOGÍA DE LA TECNOLOGÍA 3.3. LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA EMPRESA 3.4. IMPLANTACIÓN DE UN PLAN DE ACTUACIÓN TECNOLÓGICO

UNIDAD 4. DISEÑO DE UNA EMPRESA INNOVADORA (12 HORAS) 4.1. LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA 4.2. EL CAPITAL HUMANO 4.3. EL PROCESO DE I+D+I 4.4. DESARROLLO

UNIDAD 5. COLABORAR PARA INNOVAR (12 HORAS) 5.1. COOPERACIÓN EMPRESARIAL 5.2. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA 5.3. EJEMPLOS

Acción 61. Asesor en productos de inversión

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	210	SI	NO

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar al alumno una formación básica sobre el asesoramiento financiero, combinando el estudio de los diferentes productos financieros, la planificación y la fiscalidad aplicable, así como la normativa legal de inversiones y códigos de conducta para que pueda proporcionar soluciones eficientes a las necesidades básicas de ahorro o inversión de cada cliente, que supongan escaso riesgo y complejidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo.

El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Conocer los productos financieros y la normativa legal de inversiones.
- Asesorar sobre inversiones financieras de escaso riesgo.
- Proporcionar soluciones eficientes a las necesidades básicas de ahorro o inversión de cada cliente.
- Estar preparado para presentarse al examen que hace la CECA o la EFA para obtener la certificación de Asesor en productos de inversión.

A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASESORAMIENTO Y PLANIFICACIÓN FINANCIERA CONTENIDOS TEÓRICOS: 15 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 1.1. EL ASESORAMIENTO FINANCIERO. 1.2. LA RELACIÓN ENTRE EL CLIENTE Y EL ASESOR FINANCIERO: LA CONFIDENCIALIDAD. 1.3. PERFIL DEL CLIENTE Y OBJETIVOS: PLAZOS, RENTABILIDAD, RIESGO. 1.3.1. El perfil del cliente ideal. 1.3.2. Los objetivos del cliente. 1.3.3. Satisfacción de las necesidades del cliente. 1.3.4. El horizonte temporal. 1.3.5. Tipos de renta. Nivel de ahorro e inversión. 1.3.6. Fiscalidad. 1.3.7. Periodicidad de los rendimientos. Expectativas de rentabilidad. 1.3.8. La liquidez. 1.3.9. El riesgo en la inversión. 1.3.10. Perfil del inversor. 1.4. EL CICLO VITAL DEL CLIENTE Y LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA. 1.5. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES: EL CLIENTE DE BANCA PERSONAL. 1.6. EL NEGOCIO DE LA BANCA PRIVADA. 1.6.1. Orígenes y causas de aparición de la banca privada. 1.6.2. El concepto de banca privada. 1.6.3. Entidades que operan en el ámbito de la banca privada en España. 1.6.4. Modelos de negocio en el ámbito de la banca privada en España. 1.6.5. Establecimiento de entidades de banca privada en Madrid. 1.6.6. Servicios prestados por la banca privada. 1.7. IMPLANTACIÓN, SEGUIMIENTO Y REVISIÓN DEL PLAN FINANCIERO O FINANCIAL PLANNING. 1.8. CONCLUSIONES.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÉTICA Y CÓDIGOS DE CONDUCTA CONTENIDOS TEÓRICOS: 14 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2 2.1. PROTECCIÓN DEL INVERSOR. 2.1.1. La protección genérica del consumidor comunitario. 2.1.2. La protección del consumidor español. 2.1.3. Normas de transparencia y protección del cliente de servicios

financieros. La protección del consumidor español. 2.1.4. Protección al cliente de servicios financieros según la LM (Ley de Medidas de Reforma, 44/02). 2.1.5. El Servicio de Reclamaciones de la CNMV. 2.1.6. El Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. 2.1.7. Reclamaciones en la Bolsa de Valores ante el Protector del Inversor. El defensor del cliente. 2.2. PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITALS. 2.2.1. Definición de blanqueo de capitales. 2.2.2. Aplicación de la Ley 10/10 de blanqueo de capitales. 2.2.3. Fases del proceso de blanqueo de capitales. 2.2.4. Normativa aplicable. 2.2.5. El Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI). 2.2.6. Principios Wolfsberg. 2.2.7. Operaciones y comportamientos sospechosos susceptibles de estar particularmente vinculados con el blanqueo de capitales. 2.2.8. Organización institucional. 2.2.9. El ciclo de información para el Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales. 2.2.10. La diligencia debida. 2.2.11. Las obligaciones de información. 2.2.12. El control interno. 2.2.13. Los medios de pago. 2.2.14. Otras disposiciones. 2.2.15. Régimen sancionador. 2.2.16. Declaración de movimientos de medios de pago a efectos del blanqueo de capitales. La Orden 1439/2006 del Ministerio de Economía y Hacienda. 2.2.17. Blanqueo de capitales en los cambios de divisas y transferencias exteriores. La Orden 2619/2006 del Ministerio de Economía y Hacienda. 2.2.18. Obligaciones de Notarios y Registradores en la prevención del blanqueo de capitales. Instrucción 10/12/1999. 2.3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES. 2.3.1. Protección constitucional. 2.3.2. Delimitación jurídica del concepto "dato personal". 2.3.3. La calidad del "dato personal" y la puesta en conocimiento del interesado de sus "datos personales". La especial protección. 2.3.4. Los derechos de los ciudadanos para proteger sus datos personales. 2.3.5. Protección de datos en el comercio electrónico. Recomendaciones de la Agencia Española de Protección de datos. 2.4. DIRECTIVA DE MERCADOS E INSTRUMENTOS FINANCIEROS (MIFID). 2.4.1. Evolución histórica de la Directiva. 2.4.2. Nuevos Mercados y plataformas. 2.4.3. Ámbito de aplicación. 2.4.4. Concepto de empresa de inversión en sentido amplio. 2.4.5. Tipología de empresa de servicio de inversión. 2.4.6. Los servicios y actividades de inversión y los instrumentos financieros. 2.4.7. Los servicios de inversión y los servicios auxiliares de inversión. Definiciones y diferencias. 2.4.8. La protección del inversor. Los agentes vinculados. El perfil del inversor. 2.4.9. Condiciones de funcionamiento de las empresas de inversión. 2.4.10. Transparencia e integridad del mercado. 2.4.11. Regulación de los mercados. 2.4.12. La Directiva 2006/73/CE. 2.4.13. El Reglamento 1287/2006, relativo a las obligaciones de las empresas de inversión sobre el registro de operaciones y transparencia del mercado. 2.5. CÓDIGO ÉTICO: SIGNIFICADO Y PAPEL DE LA ÉTICA PROFESIONAL. 2.5.1. La EFPA: Generalidades. 2.5.2. La EFPA España. 2.5.3. Las certificaciones de EFPA. 2.5.4. Las ventajas de las certificaciones para el profesional. 2.5.5. Normas de admisión a los exámenes de acceso a la Certificación Europea de Asesor Financiero (EFA™). 2.5.6. Los socios corporativos de EFPA España. 2.5.7. El código ético EFPA.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MATEMÁTICA FINANCIERA BÁSICA CONTENIDOS TEÓRICOS: 12 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 3.1. EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO. 3.2. INTERÉS SIMPLE E INTERÉS COMPUESTO. ACTUALIZACIÓN, CAPITALIZACIÓN Y DESCUENTO. 3.2.1. Conceptos previos. 3.2.2. La capitalización simple. 3.2.3. La capitalización compuesta. 3.2.4. Comparación entre capitalización simple y compuesta a través de la ley financiera. 3.2.5. Los Tantos equivalentes. 3.2.6. Comparación, a través de los tantos equivalentes, entre capitalización simple y compuesta. 3.2.7. El descuento. Definiciones. Clases. Relación entre el descuento simple y racional. 3.3. RENTAS FINANCIERAS BÁSICAS. 3.3.1. Concepto y elementos de rentas financieras. 3.3.2. Clasificación de las rentas financieras. 3.4. RENTABILIDAD ARITMÉTICA Y GEOMÉTRICA. 3.4.1. Rentabilidad geométrica. 3.4.2. Rentabilidad aritmética. 3.5. INTERÉS NOMINAL-INTERÉS EFECTIVO ANUAL. 3.5.1. Introducción. 3.5.2. Medidas de rentabilidades. 3.6. CONCEPTOS BÁSICOS DE ESTADÍSTICA. 3.6.1. Conceptos previos. 3.6.2. Concepto de Estadística. 3.6.3. División de Estadística. 3.6.4. Tareas de la Estadística descriptiva. 3.6.5. La organización de datos en el estudio de una variable. Definiciones previas. 3.6.6. Estadísticos de posición o tendencia central. 3.6.7. Estadísticos de variabilidad o dispersión. 3.6.8. Breve reseña al campo de la Probabilidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONCEPTOS MACRO Y MICROECONÓMICOS BÁSICOS CONTENIDOS TEÓRICOS: 15 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 4.1. INTRODUCCIÓN. 4.2. EL PIB Y SUS DISTINTOS COMPONENTES. 4.2.1. El Producto Interior Bruto (PIB). 4.2.2. El Producto Nacional Bruto (PNB). 4.2.3. Diferencias entre PNB y PIB. 4.3. PNB REAL Y NOMINAL. 4.4. INDICADORES DE PRECIOS: IPC. 4.5. INFLACIÓN Y CRECIMIENTO. 4.5.1. Concepto de inflación. 4.5.2. La inflación y la competitividad. 4.5.3. La inflación y sus causas. 4.5.4. La inflación y los tipos de interés. 4.5.5. Cálculo del IPC. 4.5.6. La inflación y el crecimiento. 4.6. FLUCTUACIONES ECONÓMICAS Y SU REPERCUSIÓN EN EL EMPLEO. 4.6.1. Los ciclos económicos. 4.6.2. Empleo y desempleo. Conceptos previos y estructura del mercado de trabajo en España. 4.7. EFECTOS DE LAS ESTRATEGIAS DE POLÍTICA MONETARIA. 4.7.1. ¿Qué es la política monetaria?. Conceptos introductorios. 4.7.2. La política monetaria. 4.7.3. Instrumentos de política monetaria a cargo del Banco Central. 4.8. SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL Y EUROPEO: EL BANCO CENTRAL EUROPEO. 4.8.1. Concepto, funciones y estructura. 4.8.2. Orígenes del Sistema Financiero Español (SFE). 4.8.3. Estructura institucional del Sistema Financiero Español (SFE). 4.8.4. El Banco Central Europeo (BCE). 4.9. LOS TIPOS DE INTERÉS DE REFERENCIA. 4.9.1. Los tipos de intereses oficiales y no oficiales. Los tipos legales del dinero. 4.9.2. Los tipos de intereses oficiales. Definición y fórmulas de cálculo. 4.9.3. Los tipos de

intereses no oficiales en el mercado hipotecario. 4.9.4. Los tipos de intereses legales. 4.9.5. Los tipos de intereses practicados por las entidades financieras. 4.9.6. Los tipos de intereses del Banco Central Europeo.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MERCADOS MONETARIOS CONTENIDOS TEÓRICOS: 17 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 3 5.1. MERCADO MONETARIO Y MERCADO DE CAPITALES. 5.2. VALORES NEGOCIABLES, INSTRUMENTOS FINANCIEROS, SERVICIOS DE INVERSIÓN Y ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS. 5.2.1. Concepto normativo de valor negociable. 5.2.2. Concepto normativo de instrumento financiero. 5.2.3. Concepto normativo de empresa de servicios de inversión. 5.2.4. Los servicios auxiliares de las empresas de servicios de inversión. 5.3. FIJACIÓN DE PRECIOS DE LOS ACTIVOS MONETARIOS. 5.4. LOS ACTIVOS BANCARIOS. 5.4.1. El mercado interbancario. 5.4.2. Las cuentas corrientes a la vista. 5.4.3. Los depósitos bancarios a plazo. Imposiciones a plazo fijo. 5.4.4. Pagarés y letras bancarias. 5.4.5. Los certificados de depósito. 5.4.6. El mercado mixto. 5.5. DEUDA PÚBLICA A CORTO PLAZO. 5.5.1. Pagarés del Tesoro. 5.5.2. Las Letras del Tesoro. 5.6. ACTIVOS EMPRESARIALES A CORTO PLAZO. 5.6.1. El pagaré de empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MERCADOS DE RENTA FIJA CONTENIDOS TEÓRICOS: 14 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2 6.1. EL MERCADO DE CAPITALES. 6.2. ACTIVOS DE RENTA FIJA: CONCEPTO, ELEMENTOS, PLAZOS. 6.2.1. Funciones de los mercados de capitales. 6.2.2. Concepto de Activo financiero. Concepto de renta fija. 6.2.3. Clases de activos de renta. 6.2.4. Plazos en los activos de renta fija. Los instrumentos de renta fija adecuados: La diversificación. 6.2.5. Consideraciones finales en la inversión en activos de renta fija. 6.3. LOS BONOS U OBLIGACIONES. 6.3.1. Concepto. 6.3.2. Elementos de los bonos. 6.3.3. El contrato de emisión de bonos. 6.3.4. Clases de bonos. 6.3.5. Diferencias entre acciones y obligaciones. 6.3.6. Contratación y cotización de las obligaciones/bonos. 6.3.7. Calificación del riesgo de una emisión de obligaciones. 6.4. BONOS Y OBLIGACIONES DEL ESTADO: DEUDA PÚBLICA A MEDIO Y LARGO PLAZO. 6.4.1. Situación actual de la Deuda Pública española. 6.4.2. Estructura de la Deuda Pública española. 6.4.3. Formas de colocar los títulos de Deuda pública. 6.5. RENTA FIJA PRIVADA: LAS OBLIGACIONES PRIVADAS. 6.5.1. Definición de la renta fija privada. 6.5.2. Características y objetivos de la emisión de la renta fija privada. 6.5.3. Relación de activos de renta fija privada. 6.6. EL MERCADO PRIMARIO DE RENTA FIJA Y EL MERCADO GRIS. 6.6.1. Conceptos previos. 6.6.2. El mercado primario de renta fija pública. Aspectos generales. 6.7. LOS MERCADOS SECUNDARIOS DE RENTA FIJA. 6.7.1. Los mercados secundarios de bursátiles de renta fija pública y privada. 6.7.2. Los mercados secundarios de Deuda Pública Anotada. 6.7.3. El mercado principal secundario de renta fija privada. El mercado de AIAF. 6.8. RENTABILIDAD Y PRECIO DE UNA OBLIGACIÓN. 6.8.1. Conceptos generales. 6.8.2. Variabilidad del precio de las obligaciones: La volatilidad. 6.9. MEDIDAS DE RENTABILIDAD: TIPOS DE INTERÉS. 6.9.1. Tipos de interés. 6.9.2. Factores que afectan al tipo de interés. 6.9.3. La curva ETTI. 6.9.4. La estructura temporal de los tipos de interés. 6.9.5. Utilidades de la curva ETTI. 6.9.6. Factores y teorías que determinan y explican la formación de la ETTI. 6.10. RIESGO ASOCIADO A LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE INTERÉS. 6.11. EL RIESGO DE CRÉDITO Y EL RATING. 6.11.1. El riesgo de crédito. Definición. 6.11.2. La circular 4 / 2004 del Banco de España. El riesgo de insolvencia y el riesgo país. 6.11.3. Principales agencias y escalas de rating.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MERCADOS DE RENTA VARIABLE CONTENIDOS TEÓRICOS: 18 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 7.1. EL MERCADO DE VALORES EN ESPAÑA: FUNCIONES, CARACTERÍSTICAS. 7.1.1. El mercado de valores: Orígenes. 7.1.2. El mercado de valores: Funciones. 7.1.3. Características del mercado de valores. 7.1.4. El mercado español de valores en la actualidad. Aparición de la BME. 7.1.5. Clasificación sectorial de las Bolsas Españolas (2009). 7.2. ESTRUCTURA DEL MERCADO DE VALORES: PRINCIPALES ACTORES. 7.2.1. La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). 7.2.2. Bolsas y Mercados Españoles (BME). 7.2.3. Las Sociedades Receptoras. 7.2.4. La Sociedad de Bolsas. 7.2.5. El IBERCLEAR: La compensación y liquidación de valores. 7.2.6. MEFFCLEAR. 7.2.7. Las empresas de Servicios de Inversión. 7.3. EL MERCADO DE VALORES ESPAÑOL: SISTEMAS DE CONTRATACIÓN, HORARIOS. 7.3.1. El Mercado de corros. 7.3.2. El Mercado continuo. El SIBE (Sistema de Interconexión Bursátil Español). 7.3.3. Sistemas Multilaterales e Internalizadores Sistemáticos. 7.3.4. El Latibex, el Mercado de Valores Latinoamericanos. 7.3.5. El Mercado Alternativo Bursátil (MAB). 7.4. CÓMO INVERTIR EN BOLSA. 7.5. LOS TIPOS DE ÓRDENES BURSÁTILES. 7.6. GASTOS Y COMISIONES DE LAS OPERACIONES BURSÁTILES. 7.7. LOS ÍNDICES BURSÁTILES: EL IBEX 35. 7.7.1. Tipos de índices. 7.7.2. Principales índices bursátiles de las bolsas españolas. 7.8. LOS ACTIVOS DE RENTA VARIABLE: LAS ACCIONES. 7.8.1. El término acción en la Ley de Sociedades Anónimas (LSA). 7.8.2. Clasificación de las acciones. 7.8.3. Valoración de las acciones. 7.8.4. Rentabilidad de las acciones. 7.8.5. La admisión de acciones a cotización oficial en Bolsa. 7.8.6. Emisión y colocación de emisiones en el mercado primario. 7.8.7. Fuentes oficiales de consulta en las emisiones de valores negociables. 7.8.8. Suspensión y exclusión de acciones de la cotización oficial. 7.9. OTROS ACTIVOS DE RENTA VARIABLE: WARRANTS, CERTIFICADOS, ETF. 7.10. TIPOS DE OPERACIONES BURSÁTILES: AMPLIACIONES, OPV, OPAS, ETC. 7.10.1. Las ampliaciones de capital. 7.10.2. Las reducciones de capital. 7.10.3. Las ofertas públicas de adquisición (OPAs). 7.10.4. Las ofertas públicas de suscripción (OPS). 7.10.5. Las ofertas públicas de exclusión (OPE). 7.10.6. Las ofertas públicas de venta (OPV). 7.10.7. Los splits y los contrasplits. 7.10.8. El canje de acciones. 7.10.9. Las aplicaciones de las acciones. 7.10.10. Arbitraje sobre

acciones. 7.10.11. El crédito al mercado. 7.11. LOS SEGUNDOS MERCADOS Y LAS ACCIONES DE PYMES. 7.12. EL INVERSOR EN BOLSA.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MERCADOS DE DIVISAS CONTENIDOS TEÓRICOS: 14 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2
8.1. LAS DIVISAS: CONCEPTO Y CLASES. 8.1.1. Las divisas: concepción histórica. 8.1.2. Las divisas: concepto.
8.2. EL MERCADO DE DIVISAS. 8.2.1. El mercado y las relaciones de intercambio. Definición de mercado de divisas. 8.2.2. El precio de equilibrio en el mercado de divisas. 8.2.3. Características del mercado de divisas. 8.2.4. Funciones y participantes del mercado de divisas. 8.2.5. El mercado español de divisas. 8.3. TIPOS DE CAMBIO Y COTIZACIÓN DEL MERCADO DE DIVISAS. 8.3.1. Definición, expresión de los tipos de cambios y modalidades de los tipos de cambio. 8.3.2. Variables que determinan el tipo de cambio. 8.3.3. La cotización en el mercado de divisas: Funcionamiento del mercado de divisas. 8.4. TEORÍAS SOBRE LA DETERMINACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO. 8.4.1. Teoría de la Paridad del Poder Adquisitivo (TPPA). 8.4.2. Teoría de la Paridad de los Tipos de Interés (TPTI). 8.4.3. Teoría de Irving Fischer. 8.4.4. Teoría de las expectativas. 8.5. FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS DE DIVISAS: SPOT, SWAP, FORWARD. 8.5.1. Operaciones al contado en el mercado de divisas o Forex. 8.5.2. Operaciones forward o a plazo en el mercado de divisas o Forex. 8.5.3. Mercado de derivados. 8.5.4. Swaps de divisas o tipo de cambio.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FONDOS DE INVERSIÓN CONTENIDOS TEÓRICOS: 18 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2
9.1. REGULACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DE INVERSIÓN COLECTIVA EN ESPAÑA. 9.1.1. Evolución legal y reglamentaria. 9.1.2. Fondos de inversión y Sociedades de inversión en compartimentos. 9.1.3. Instituciones de Inversión Colectiva Libre (IICIL), breve introducción. 9.1.4. Los ETFs, breve introducción. 9.2. LAS IIC FINANCIERAS: FONDOS Y SOCIEDADES DE INVERSIÓN MOBILIARIA. 9.2.1. Concepto de inversión mobiliaria. 9.2.2. Características generales de las Sociedades de Inversión Mobiliaria de carácter financiero (artículos 9 de la Ley 35/03 y 6 del Reglamento). 9.2.3. Fondos de Inversión Mobiliaria (FIM). Concepto. 9.2.4. Elementos subjetivos en los Fondos de Inversión Mobiliaria (FIM). 9.2.5. Los Fondos de inversión por compartimentos en los FIM. 9.2.6. El contrato constitutivo de los Fondos de Inversión. 9.2.7. Activos aptos para la Inversión de las IIC de carácter financiero. 9.2.8. Límites de activos e instrumentos financieros de las IIC de carácter financiero. 9.2.9. Normas sobre inversiones aplicables a todas las IIC financieras. 9.2.10. Instituciones de Inversión Colectiva de Inversión Libre (IICIL). 9.3. LAS IIC DE CARÁCTER NO FINANCIERO. 9.3.1. Definición de las IIC de carácter no financiero. 9.3.2. Instituciones de Inversión Colectiva Inmobiliaria. 9.3.3. Otras Instituciones de Inversión Colectiva no financieras. 9.4. FONDOS DE INVERSIÓN: CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS. 9.4.1. Concepto de Fondo de Inversión. 9.4.2. Características del Fondo de Inversión. 9.4.3. Tipos de Fondos. 9.4.4. Características generales de los Fondos de inversión. 9.4.5. Aspectos relevantes al contratar un Fondo de inversión. 9.5. OPERATIVA DE LOS FONDOS DE INVERSIÓN: INTERVINIENTES, TRASPASOS, COMISIONES. 9.5.1. Participe en un Fondo de Inversión. 9.5.2. Sociedad Gestora de las Instituciones de Inversión Colectiva (SGIIC). 9.5.3. La entidad depositaria. 9.5.4. La Comisión Nacional del Mercado de Valores. 9.5.5. La gestión activa y pasiva. 9.5.6. Traspaso entre Fondos. 9.5.7. Comisiones y otros gastos de los Fondos de inversión. 9.6. TIPOS DE FONDOS DE INVERSIÓN SEGÚN SU POLÍTICA DE INVERSIÓN. 9.6.1. Fondos de Inversión. 9.7. CLASIFICACIÓN DE LOS FONDOS DE INVERSIÓN. 9.7.1. Los Fondos de Inversión financieros tradicionales (FI). 9.7.2. Los nuevos Fondos de Inversión financieros: ETF y Hedge Funds. 9.7.3. Los Fondos de inversión no financieros: Los Fondos de Inversión Inmobiliaria (FII). 9.8. RENTABILIDAD DE LOS FONDOS DE INVERSIÓN. 9.9. EL SEGUIMIENTO DE UNA INVERSIÓN EN FONDOS: BENCHMARK Y SHARPE RATIO. 9.9.1. Consideraciones generales en el seguimiento de una inversión en fondos. 9.9.2. El método Benchmarck. 9.9.3. Sharpe ratio. 9.9.4. Alfa de Jensen (a). 9.9.5. Ratio Treynor. 9.10. SOCIEDADES DE INVERSIÓN: DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS GENERALES. 9.10.1. Sociedades de inversión: concepto legal. 9.10.2. Sociedades de inversión: características generales. 9.10.3. Las Sociedades de inversión: comisión de control de gestión y auditoría. 9.10.4. Diferencias entre Sociedades de inversión y Fondos de Inversión. 9.11. SOCIEDADES DE INVERSIÓN DE CAPITAL VARIABLE (SICAV). 9.11.1. Concepto y características. 9.11.2. Legislación aplicable. 9.11.3. Fiscalidad. 9.11.4. Limitaciones a las inversiones. 9.11.5. Requisitos de funcionamiento. 9.12. SOCIEDADES DE INVERSIÓN INMOBILIARIA (SII). 9.12.1. Aspectos fundamentales a tener en cuenta en las SII. 9.12.2. Las Sociedades Anónimas Cotizadas de Inversión en el Mercado Inmobiliario (SOCIMI).

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MERCADO DE DERIVADOS CONTENIDOS TEÓRICOS: 14 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1
10.1. OPCIONES Y FUTUROS. INTRODUCCIÓN. 10.1.1. Opciones y Futuros, una breve aproximación. 10.1.2. Opciones y Futuros, conceptos básicos. 10.1.3. Ventajas de utilizar productos derivados. 10.1.4. Tipos de productos derivados. 10.2. ANTECEDENTES DE LOS FUTUROS: LOS FORWARD. 10.2.1. De los forward a los futuros. 10.2.2. Diferencias entre futuros y forwards. 10.3. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS FUTUROS. 10.4. PRECIO TEÓRICO DE UN FUTURO. 10.4.1. Precio teórico de un futuro. Definiciones y ejemplos prácticos previos. 10.4.2. Precio teórico de un futuro desde el contrato de futuros sobre índice bursátil. 10.4.3. Precio teórico de un futuro desde el contrato de futuros sobre acciones. 10.5. OPERACIONES CON FUTUROS. 10.5.1. Contratos de futuros negociados en MFAO. 10.5.2. Contratos de futuros negociados en MEFF. 10.5.3. Contratos de futuros

atendiendo al activo subyacente. 10.6. LAS OPCIONES: CONCEPTO Y TIPOS. 10.6.1. Las opciones. Ejemplo práctico introductorio. 10.6.2. El contrato de opción. Definición, elementos, tipos y cuadro resumen. 10.6.3. La prima en los contratos de opción. Definición y clases. 10.6.4. Factores que inciden en el precio de la opción. 10.7. EL MERCADO DE DERIVADOS EN ESPAÑA. 10.7.1. Los derivados en mercados organizados. 10.7.2. Los derivados en mercados no organizados. 10.7.3. Analogías y diferencias entre mercados y productos organizados y OTC. 10.8. OPERATIVA DE COMPRA Y VENTA DE OPCIONES Y FUTUROS. 10.8.1. Introducción. 10.8.2. La Cámara de Compensación como garantía. 10.9. EL CONCEPTO DE APALANCAMIENTO. 10.10. DEPÓSITOS ESTRUCTURADOS Y WARRANTS. 10.10.1. Los depósitos estructurados. Definición y clasificaciones. 10.10.2. Los depósitos estructurados. Subyacentes o instrumentos de referencia. 10.10.3. Los depósitos estructurados. Instrumentos derivados más utilizados. 10.10.4. Los depósitos estructurados. Soportes de emisión. 10.10.5. Los warrants.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUROS CONTENIDOS TEÓRICOS: 14 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 11.1. ASPECTOS FUNDAMENTALES DE LA GESTIÓN DEL RIESGO. 11.1.1. Definiciones de riesgo. 11.1.2. Clasificación del riesgo. 11.1.3. Cobertura de riesgos. 11.1.4. Principios de la gestión y funcionamiento de empresas aseguradoras. 11.2. MARCO LEGAL DEL CONTRATO DE SEGURO. 11.2.1. Regulación legal y administrativa. 11.2.2. El contrato y la póliza de seguros. 11.2.3. Términos del contrato de seguros. 11.2.4. Los elementos materiales, personales y formales. 11.2.5. Seguros: clases, contratación y propuesta. 11.2.6. Duración, cancelación y nulidad en un contrato de seguros. 11.2.7. El siniestro. Declaración. Plazos de comunicación. Peritación. Mora en el pago. 11.2.8. Obligaciones del asegurador y el asegurado. El Consorcio de Compensación de Seguros (CCS). 11.3. ASPECTOS GENERALES DE LAS COBERTURAS PERSONALES. 11.4. CARACTERÍSTICAS Y DIFERENCIAS DE: SEGURO DE VIDA, SEGURO DE DEPENDENCIA, SEGURO DE AHORRO, UNIT LINKED. 11.4.1. Los seguros de vida (para caso de fallecimiento). 11.4.2. Los seguros de vida (para caso de vida o supervivencia). 11.4.3. Los seguros de vida mixtos. 11.4.4. Los seguros de vida vinculados con operaciones financieras. 11.4.5. Los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS). 11.4.6. Los seguros de dependencia. 11.5. CARACTERÍSTICAS DE LOS SEGUROS DE AHORRO Y PREVISIÓN FRENTE A LOS DE ACCIDENTES, ENFERMEDAD... 11.5.1. Los productos ahorro-previsión. 11.5.2. Los seguros de accidentes. 11.5.3. Los seguros de enfermedad. 11.6. PLANIFICACIÓN DE ESTRUCTURAS PERSONALES. 11.6.1. ¿Cuáles son las motivaciones internas? 11.6.2. ¿Quién es el oferente? 11.6.3. ¿Cuáles son las características globales del producto de inversión? 11.6.4. ¿Cuáles son las características del producto oferente? 11.6.5. ¿Cuáles son las recomendaciones de la CNMV? 11.6.6. ¿Cuáles son las últimas consideraciones informativas? 11.6.7. Obligaciones del consumidor. 11.6.8. La legislación que protege al inversor. 11.7. PRINCIPIOS BÁSICOS PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA JUBILACIÓN. 11.8. ANÁLISIS DE INGRESOS Y GASTOS EN EL MOMENTO DE LA JUBILACIÓN. 11.8.1. Factores de los que dependen los flujos de gasto e ingreso en la jubilación. 11.8.2. Aspectos claves en la evolución de los ingresos. 11.8.3. El inventario y el presupuesto de jubilación. 11.9. OPCIONES DE REEMBOLSO Y RESCATE. 11.10. ASPECTOS CLAVES PARA LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS EN LA PLANIFICACIÓN DE LA JUBILACIÓN.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. FISCALIDAD DE LAS INVERSIONES CONTENIDOS TEÓRICOS: 18 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 12.1. DEPÓSITOS Y CUENTAS BANCARIAS. 12.1.1. Depósitos primarios. 12.1.2. Depósitos estructurados. 12.2. ACTIVOS DE RENTA FIJA Y RENTA VARIABLE. 12.2.1. Fiscalidad general de los activos de renta fija. 12.2.2. Fiscalidad general de los activos de las acciones. 12.3. DERIVADOS FINANCIEROS. 12.3.1. Régimen fiscal de futuros y opciones en el IRPF. 12.3.2. Régimen fiscal de futuros y opciones en otros impuestos. 12.4. FONDOS Y SOCIEDADES DE INVERSIÓN. 12.4.1. Fiscalidad de las Sociedades y Fondos de Inversión. 12.5. SEGUROS Y UNIT LINKED. 12.5.1. Fiscalidad del contrato de seguros o similares. Aportaciones. 12.5.2. Fiscalidad del contrato de seguros de vida o invalidez: Prestaciones. 12.5.3. Fiscalidad de los Unit Linked. 12.5.4. Fiscalidad del seguro personal voluntario de accidentes. 12.5.5. Fiscalidad del seguro personal de enfermedad. 12.5.6. Fiscalidad del seguro público. 12.6. PLANES DE PENSIONES. 12.6.1. Fiscalidad de los planes de pensiones. 12.6.2. Fiscalidad de las mutualidades de previsión social (artículo 51.2 del IRPF). 12.6.3. Fiscalidad de los Planes de Previsión Asegurados (PPA) (artículo 51.3 del IRPF). 12.6.4. Fiscalidad de los Planes de Previsión Social Empresarial (PPSE) (artículo 51.4 del IRPF). 12.6.5. Fiscalidad de los seguros privados que cubren dependencia severa o gran dependencia (artículo 51.5 del IRPF). 12.6.6. Fiscalidad de las aportaciones a patrimonios protegidos de discapacitados (artículo 53 del IRPF). 12.6.7. Fiscalidad de los planes de jubilación. 12.6.8. Fiscalidad de las aportaciones de los cónyuges (artículo 51.7 del IRPF).

GLOSARIO BIBLIOGRAFÍA ENLACES DE INTERÉS

Acción 62. CONTABILIDAD PREVISIONAL

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	85	SI	SI

OBJETIVOS

Alcanzar los conocimientos necesarios para elaborar previsiones y presupuestos. Extraer información de los diferentes documentos de síntesis, mediante el estudio de las desviaciones, descomponiendo estas en sus variables elementales. Conocer cuáles son los factores que están determinando la evolución de la empresa a corto y a largo plazo.

PROGRAMA

UNIDAD DIDACTICA 1. ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES MÉTODOS DE PRESUPUESTACIÓN (30 HORAS)
Presupuestos rígidos y presupuestos flexibles. Balance de situación previsional. Cuenta de resultados previsional. Presupuesto de tesorería.

UNIDAD DIDACTICA 2. ANÁLISIS DE DESVIACIONES (25 HORAS) Concepto de desviación y tipología. Origen de desviaciones. Medidas correctoras para restablecer el Equilibrio Presupuestario.

UNIDAD DIDACTICA 3. PLANIFICACIÓN FINANCIERA (30 HORAS) Plan de inversiones y financiación a largo plazo. Balance de situación previsionales a largo plazo. Cuenta de resultados previsionales a largo plazo. Presupuesto de tesorería a largo plazo análisis de los modelos contables.

ESCUELA DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Acción 27. CÁLCULO DE PRESTACIONES DE LA SEGURIDAD SOCIAL: PRESTACIONES CONTRIBUTIVAS

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	60	SI	NO

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas.

Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- Objetivos generales: Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.

- Objetivos específicos: Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado. Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivo general:

- APLICAR LOS DIFERENTES TIPOS DE PRESTACIONES QUE SE PREVÉN EN EL SISTEMA DE LA SEGURIDAD SOCIAL PARA PREVER, REPARAR O SUPERAR SITUACIONES DE INFORTUNIO O ESTADOS DE NECESIDAD CONCRETOS.

Objetivos específicos:

- DIFERENCIAR LOS TIPOS DE PRESTACIONES DEL SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL DISTINGUIENDO NATURALEZA Y SU CÁLCULO.
- CONOCER EL ALCANCE DE LA PROTECCIÓN DE ASISTENCIA SANITARIA, TANTO EN EL RÉGIMEN GENERAL COMO EN LOS RÉGIMENES ESPECIALES.
- CALCULAR LOS SUBSIDIOS MÁS IMPORTANTES DEL SISTEMA: INCAPACIDAD TEMPORAL, MATERNIDAD, PATERNIDAD, RIESGO DURANTE EL EMBARAZO O DURANTE LA LACTANCIA NATURAL.
- DISTINGUIR LOS TIPOS DE PROTECCIÓN RELACIONADOS CON LA INCAPACIDAD PERMANENTE, LA NATURALEZA DE LAS PRESTACIONES ASÍ COMO LOS GRADOS DE LAS MISMAS.
- EXPLICAR LOS SUPUESTOS DE JUBILACIÓN ANTICIPADA, TARDÍA Y PARCIAL.
- ENUMERAR LOS CASOS DE PROTECCIÓN POR MUERTE Y SUPERVIVENCIA.
- SABER LAS CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA PROTECCIÓN POR DESEMPLEO Y SUS PRESTACIONES

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal. Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. TIPOS DE ACCIÓN PROTECTORA (10 HORAS) 1.1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS 1.2. ACCIONES PROTECTORAS DE LA SEGURIDAD SOCIAL 1.3. RENTAS DE REFERENCIA EN EL CÁLCULO DE DETERMINADAS PRESTACIONES.

UNIDAD 2. ASISTENCIA SANITARIA (10 HORAS) 2.1. INTRODUCCIÓN Y NORMATIVA BÁSICA 2.2. RÉGIMEN GENERAL 2.3. REGÍMENES ESPECIALES.

UNIDAD 3. TIPOS DE PRESTACIONES ECONÓMICAS Y/O ASISTENCIALES (40 HORAS) 3.1. INCAPACIDAD TEMPORAL 3.2. RIESGO DURANTE EL EMBARAZO Y LACTANCIA NATURAL 3.3. MATERNIDAD 3.4. PATERNIDAD 3.5. INCAPACIDAD PERMANENTE 3.6. LESIONES PERMANENTES NO INVALIDANTES 3.7. JUBILACIÓN 3.8. PENSIONES DEL SEGURO OBLIGATORIO DE VEJEZ E INVALIDEZ (SOVI) 3.9. MUERTE Y SUPERVIVENCIA: INTRODUCCIÓN, PRESTACIONES Y CARACTERÍSTICAS COMUNES 3.10. PROTECCIONES POR FALLECIMIENTO 3.11. INDEMNIZACIÓN ESPECIAL A TANTO ALZADO, EN LOS SUPUESTOS DE ACCIDENTE DE TRABAJO Y ENFERMEDAD PROFESIONAL 3.12. PRESTACIONES FAMILIARES 3.13. PRESTACIONES POR ACTOS TERRORISTAS: BENEFICIARIOS Y TIPOS DE PRESTACIÓN 3.14. SEGURO

ESCUELA DE HABILIDADES INTERPERSONALES

Acción 63. Técnicas de secretariado de dirección

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	85	SI	NO

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar las funciones propias del Asistente de Dirección, optimizando la relación con el Directivo y potenciando habilidades de comunicación interpersonal.

PROGRAMA

UNIDAD DIDACTICA 1. (8 Horas) La empresa y su organización La empresa. Las funciones de la empresa. Clasificación de las empresas. El organigrama empresarial. La imagen de la oficina. El material de oficina. E-Office.

UNIDAD DIDACTICA 2. (8 Horas) Funciones del servicio de secretariado Funciones de los directivos. Personalidad y comportamiento de un directivo. El secretariado en la empresa. La secretaria de dirección. Relaciones de una secretaria dentro de la empresa. Ética y secreto profesional de la secretaria.

UNIDAD DIDACTICA 3. (8 Horas) La organización del trabajo La planificación. Organización del puesto de trabajo. Ergonomía del puesto de trabajo. Gestión y análisis del tiempo. El estrés. Organización de la agenda de la secretaria. El archivo. Interrupciones en el trabajo. Trabajar con calidad.

UNIDAD DIDACTICA 4. (8 Horas) La comunicación en la empresa Sistemas de información en la empresa. El proceso de comunicación. Tipos de comunicación. Barreras en el proceso de la comunicación. La comunicación verbal y no verbal. La comunicación telefónica.

UNIDAD DIDACTICA 5. (8 Horas) La comunicación escrita (I) Concepto y características de la comunicación escrita. Redactar un documento escrito. Abreviaturas, puntuación, siglas y acrónimos. El informe: tipos y partes. El aviso o anuncio. El saludo. Circulares: características y ejemplos.

UNIDAD DIDACTICA 6. (7 Horas) La comunicación escrita (II) La correspondencia comercial. El certificado. La instancia. El acta.

UNIDAD DIDACTICA 7. (8 Horas) Los documentos mercantiles El pedido. Albaranes de entrega. La factura. Modalidades de pago. El recibo. El cheque. La letra de cambio. El pagaré.

UNIDAD DIDACTICA 8. (8 Horas) La organización de actos Las reuniones. Preparación y organización de las reuniones. Documentación. El día de la reunión. Organizar un congreso. Después del Congreso.

UNIDAD DIDACTICA 9. (8 Horas) La organización de viajes La función del secretariado en la gestión de viajes. Planificar el viaje. Aspectos a considerar. Los viajes de negocios y su organización. Documentación necesaria. Derechos de los viajeros.

UNIDAD DIDACTICA 10. (8 Horas) El protocolo empresarial Introducción al protocolo. El protocolo oficial en España. Normas básicas de presentación y saludos. Un factor psicosocial importante: la puntualidad. Invitaciones en España y en el extranjero. Invitado/anfitrión. Tratamientos honoríficos utilizados en las comunicaciones protocolarias. La asertividad. La imagen personal. La vestimenta adecuada.

UNIDAD DIDACTICA 11. (6 Horas) Los medios electrónicos La ofimática. Internet y sus servicios. La videoconferencia. La firma electrónica.

ESCUELA JURÍDICA

Acción 11. EXPERTO EN GESTIÓN INMOBILIARIA. GESTOR INMOBILIARIO: DERECHO Y FISCALIDAD

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	210	SI	SI

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Facilitar a los alumnos unos conocimientos generales y específicos para poder gestionar de forma completa y adecuada un negocio inmobiliario; teniendo los conocimientos fiscales y jurídicos necesarios para poder asesorar de forma completa y adecuada a los posibles clientes en cada una de las situaciones que se pueden plantear a la hora de realizar cualquier tipo de acto o negocio jurídico referido al sector inmobiliario.

A través del objetivo general señalado se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de formación, entre ellos: Garantizar la NO DISCRIMINACIÓN Y EL ACCESO A LA FORMACIÓN de los trabajadores/as, a través del proceso de selección de participantes en esta acción formativa, respetando los porcentajes que se determinen para esta convocatoria. Fomentar la FORMACIÓN A LO LARGO DE LA VIDA, estimulando la readaptación y promoción profesional de los trabajadores/as participantes en esta acción. Colaborar en el establecimiento de unos ESTÁNDARES DE CALIDAD homologados para la formación que se da en el sector, mediante la aplicación de evaluaciones sistemáticas a través de cuestionarios de opinión, cuestionarios de aplicabilidad en el puesto de trabajo y evaluación de habilidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo.

El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Identificar cada negocio jurídico, preparar la documentación jurídica necesaria para llevar a cabo la operación, identificar el impuesto al que tributaría, relacionando ambos ámbitos de forma que el alumno pueda plantear un negocio de la forma jurídica más económica para los sujetos implicados.
- Tener conocimiento del contenido de cada uno de los impuestos y tasas específicos, desde la identificación del impuesto correspondiente, hasta su liquidación y pago.
- Conocer los conceptos básicos de propiedad, posesión, transmisión, fiscalidad, para poder entender a posteriori los conceptos más específicos.
- Conocer el alcance y las consecuencias jurídicas y fiscales que se generan cuando se interviene en un acto o negocio inmobiliario.
- Conocer los conceptos y las diferentes formas jurídicas que se dan en cualquier tipo de transacción inmobiliaria, de forma que se cuantifique también la consecuencia fiscal de forma que el alumno sepa elegir la forma más rentable de enfocar una operación inmobiliaria.
- Identificar las distintas situaciones que se plantean a la hora de adquirir un inmueble dependiendo del estado civil que tenga el posible cliente.
- Dominar las diferentes formas de transmitir (adquirir, ceder, donar, alquilar) un inmueble.
- Conocer la repercusión de la realización de una compraventa frente a terceros.
- Dominar todos los derechos y obligaciones que tienen las partes que intervienen en un negocio inmobiliario y las responsabilidades que se adquieren al ser propietario.
- Conocer el sector inmobiliario, su funcionamiento y desarrollo de forma profesionalizada. A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

MÓDULO 1. GESTIÓN FISCAL CONTENIDOS TEÓRICOS: 73 horas CONTENIDOS PRÁCTICOS: 32 horas

UNIDAD DIDÁCTICA 1: EL SISTEMA FISCAL ESPAÑOL: LOS TRIBUTOS. CONTENIDOS TEÓRICOS: 9 HORAS
CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5 HORAS 1.1. Principios básicos. 1.2. Concepto y clasificación de los tributos. 1.3.
Elementos de los tributos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2: IMPUESTO SOBRE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS
DOCUMENTADOS. CONTENIDOS TEÓRICOS: 9 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5 HORAS 2.1. Naturaleza,
características y ámbito de aplicación. 2.2. Hecho imponible. 2.3. Sujetos pasivos, base imponible y tipo de
gravamen. 2.4. Obligación de presentar el impuesto, devengo y prescripción. 2.5. Deslinde de la imposición sobre
transmisiones onerosas y de la imposición sobre el IVA. 2.6. Comprobación de valores. 2.7. Autoliquidación del
impuesto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3: IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (I.V.A.): LEY Y REGLAMENTO. CONTENIDOS
TEÓRICOS: 9 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5 HORAS 3.1. Hecho imponible. No sujeción y exenciones.
3.2. Sujeto pasivo. 3.3. Devengo y base imponible. 3.4. Tipos impositivos. 3.5. Incompatibilidad entre el IVA e ITP.
3.6. Operaciones inmobiliarias más características. 3.7 Gestión del impuesto.

UNIDAD DIDÁCTICA 4: IMPUESTO SOBRE SUCESIONES Y DONACIONES. CONTENIDOS TEÓRICOS: 9
HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5 HORAS 4.1. Sucesiones: Naturaleza, características y ámbito de aplicación.
4.2. Sucesiones: Hecho imponible, sujeto pasivo, base imponible y tipo de gravamen. 4.3. Sucesiones:
Autoliquidación del impuesto. 4.4. Donaciones: Naturaleza, características y ámbito de aplicación. 4.5. Donaciones:
Hecho imponible, sujeto pasivo, base imponible y tipo de gravamen. 4.6. Donaciones: Autoliquidación del impuesto.
4.7. Comprobación. 4.8. Devengo y prescripción. 4.9. Usufructo: concepto, clases y otras instituciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 5: IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (I.R.P.F.). LEY Y
REGLAMENTO. CONTENIDOS TEÓRICOS: 16 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5 HORAS 5.1. Hecho
imponible, determinación de la capacidad económica. 5.2. Base imponible, especial mención al procedimiento de
capital inmobiliario y a las ganancias y pérdidas patrimoniales por la venta de inmuebles. Exención en caso de
reversión de vivienda habitual. 5.3. Base liquidable, renta sujeta a gravamen. 5.4. Cuota íntegra: aplicación del tipo
de gravamen según la escala. 5.5. Principales deducciones estatales por adquisición, construcción o rehabilitación
de vivienda habitual. Concepto de vivienda habitual.

UNIDAD DIDÁCTICA 6: IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES: LEY Y REGLAMENTO DEL IMPUESTO SOBRE
SOCIEDADES. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 HORAS 6.1. Diferencia
entre el resultado contable y el resultado fiscal. 6.2. Principales ajustes sobre el resultado contable. 6.3.
Amortización. 6.4. Correcciones valorativas. 6.5. Gastos fiscalmente deducibles. 6.6. Incentivos fiscales para
empresas de reducida dimensión. 6.7. Compensación de bases imponibles negativas. 6.8. Cuota íntegra. 6.9. Cuota
líquida. Deducciones y bonificaciones. 6.10. Cuota diferencial.

UNIDAD DIDÁCTICA 7: TRIBUTOS MUNICIPALES, TASAS Y CONTRIBUCIONES ESPECIALES. CONTENIDOS
TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4 HORAS 7.1. Valor catastral: catastro y valoración. 7.2.
Impuesto sobre bienes inmuebles (IBI). 7.3. Impuesto sobre incremento del valor de los terrenos de naturaleza
urbana (IVTNU). 7.4. Impuesto sobre construcciones, instalaciones y obras (ICIO) e impuesto de actividades
económicas (IAE). 7.5. Tasas y contribuciones especiales.

MÓDULO 2: DERECHO (ÁMBITO JURIDICO) CONTENIDOS TEÓRICOS: 94 horas CONTENIDOS PRÁCTICOS:
11 horas

UNIDAD DIDÁCTICA 1: DERECHOS REALES. CONTENIDOS TEÓRICOS: 11 HORAS CONTENIDOS
PRÁCTICOS: 1 HORA 1.1 Concepto, elementos del derecho real, objeto del derecho real y características. 1.2
Enumeración de derechos reales. 1.3 Adquisición, transmisión y pérdida de los derechos reales. 1.4 Derecho real de
la propiedad. 1.5 Dominio y limitaciones del dominio. Condominio. 1.6 Forma de adquirir y proteger la propiedad. 1.7
La posesión. 1.8 Derechos reales de disfrute sobre cosa ajena. 1.9 Derecho real de censo, prenda, hipoteca,
anticresis y derecho de retención. 1.10 Derecho real de adquisición, derecho de retracto y opción de compra. 1.11
Modos de adquisición de la propiedad sobre bienes inmuebles.

UNIDAD DIDÁCTICA 2: RÉGIMEN ECONÓMICO MATRIMONIAL. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS
CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA 2.1. Clases. 2.2. Incidencia en las diferentes formas de adquisición y
transmisión de la propiedad y en los arrendamientos. 2.3. Parejas de hecho. 2.4. Separación, divorcio o nulidad
matrimonial.

UNIDAD DIDÁCTICA 3: COMPRAVENTA. CONTENIDOS TEÓRICOS: 13 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2 HORAS 3.1. Trámites previos a la compraventa. 3.2. Tipos de contrato previos a la compraventa. 3.3. Contrato de compraventa. 3.4. Concepto y caracteres del contrato. 3.5. Sujetos de la compraventa. 3.6. Elementos del contrato: objeto y precio. 3.7. Obligaciones de las partes: comprador y vendedor. 3.8. Tipos de contrato de compraventa. 3.9. Nulidad e ineficacia de los contratos. 3.10. Contratos, formularios y modelos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4: DERECHO INMOBILIARIO REGISTRAL. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA 4.1. Concepto, naturaleza y caracteres. 4.2. La publicidad registral. 4.3. Objeto y fines de la publicidad registral. 4.4. Registro de la propiedad.

UNIDAD DIDÁCTICA 5: ARRENDAMIENTOS URBANOS. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA 5.1. Ámbito y aplicación de la ley de arrendamientos urbanos. 5.2. Arrendamiento de viviendas. 5.3. Arrendamiento para uso distinto de vivienda; oficinas y locales.

UNIDAD DIDÁCTICA 6: SUBASTAS INMOBILIARIAS. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA 6.1. Concepto. 6.2. Procedimiento y tramitación de la subasta judicial inmobiliaria en la Ley de Enjuiciamiento Civil (LEC). 6.3. Otras clases de subasta.

UNIDAD DIDÁCTICA 7: PROPIEDAD HORIZONTAL. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA 7.1. Ámbito y aplicación de la ley. 7.2. Concepto y naturaleza jurídica. 7.3. Constitución de la propiedad horizontal. 7.4. Normativa aplicable en una comunidad. 7.5. Elementos comunes y privativos. 7.6. Derechos y obligaciones de los propietarios. 7.7. Órganos de gobierno.

UNIDAD DIDÁCTICA 8: DERECHO URBANÍSTICO = URBANISMO. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 1 HORA 8.1. Introducción. 8.2. Legislación aplicable, Ley del suelo. 8.3. Gestión urbanística. 8.4. Derecho de la edificación.

UNIDAD DIDÁCTICA 9: GESTIONES PROPIAS E INHERENTES A LA GESTIÓN INMOBILIARIA. CONTENIDOS TEÓRICOS: 10 HORAS CONTENIDOS PRÁCTICOS: 2 HORAS 9.1. Captación de producto y clientes. 9.2. Estudio y viabilidad de la operación inmobiliaria. 9.3. Contrato de mandato y mediación. 9.4. Hoja de visita, contrato de arras y señal. 9.5. Normativa a aplicar.

GLOSARIO ENLACES DE INTERÉS BIBLIOGRAFIA

Acción 36. LEY CONCURSAL: APLICACIÓN PRÁCTICA DEL DERECHO CONCURSAL EN EL ENTORNO EMPRESARIAL

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	130	SI	NO

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas. Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- Objetivos generales: Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.

- Objetivos específicos: Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado. Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivo general:

- CONOCER LA LEY CONCURSAL.
- APRENDER A EFECTUAR UN ANÁLISIS DE LOS DIFERENTES ASPECTOS CONCURSALES, COMENZANDO POR LAS DECISIONES QUE DEBEN ADOPTARSE EN LAS SOCIEDADES QUE SE ENCUENTRAN EN SITUACIÓN DE INSOLVENCIA, TANTO DESDE EL PUNTO DE VISTA SOCIETARIO COMO JURÍDICO ECONÓMICO Y LAS REPERCUSIONES QUE PUEDEN TENER ESTOS ACTOS EN CASO DE DECLARARSE EL CONCURSO.

Objetivos específicos:

- APRENDER LAS CARACTERÍSTICAS ESENCIALES DEL PROCESO DE DECLARACIÓN DE CONCURSO.
- ANALIZAR LA FIGURA DEL ADMINISTRADOR CONCURSAL: SU NOMBRAMIENTO, INCAPACIDADES, EJERCICIO, ETC.
- CONOCER LOS EFECTOS DE LA DECLARACIÓN DE CONCURSO SOBRE EL DEUDOR Y EL ACREEDOR.
- ESTUDIAR LA NORMATIVA DE LA LEY CONCURSAL EN BASE A LOS EFECTOS DE LA DECLARACIÓN DEL CONCURSO SOBRE LOS CONTRATOS.
- SABER DETERMINAR Y DEFINIR QUÉ ES LA MASA ACTIVA Y LA MASA PASIVA.
- DESCRIBIR EL PROCESO DE LA CALIFICACIÓN DEL CONCURSO.
- TRAMITAR LOS POSIBLES DELITOS.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal.

Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. DECLARACIÓN DEL CONCURSO (15 HORAS) 1.1. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS Y LA ACTUAL LEY CONCURSAL 1.2. ¿CUÁLES SON LOS PRESUPUESTOS DEL CONCURSO? 1.3. LEGITIMACIÓN 1.4. DEBER DE SOLICITAR LA DECLARACIÓN DE CONCURSO 1.5. SOLICITUD DE DECLARACIÓN JUDICIAL DE CONCURSO 1.6. EL PROCEDIMIENTO DE DECLARACIÓN 1.7. EFECTOS DEL AUTO DE DECLARACIÓN DE CONCURSO

UNIDAD 2. ADMINISTRACIÓN CONCURSAL (20 HORAS) 2.1. NOMBRAMIENTO DE LOS ADMINISTRADORES CONCURSALES 2.2. INCAPACIDADES, INCOMPATIBILIDADES Y PROHIBICIONES 2.3. ACEPTACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LAS PERSONAS JURÍDICAS ADMINISTRADORES 2.4. AUXILIARES DELEGADOS 2.5.

RECUSACIÓN 2.6. RETRIBUCIÓN 2.7. EJERCICIO DEL CARGO Y RESPONSABILIDAD 2.8. LA SEPARACIÓN DEL CARGO Y UN NUEVO NOMBRAMIENTO 2.9. ASPECTOS PROCESALES

UNIDAD 3. LOS EFECTOS DE LA DECLARACIÓN DE CONCURSO SOBRE EL DEUDOR (10 HORAS) 3.1. ARTÍCULO 40 LC: LIMITACIÓN DE LAS FACULTADES PATRIMONIALES DEL DEUDOR 3.2. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPIOS Y NORMAS DE ACTUACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN CONCURSAL AL COMPLEMENTAR O SUSTITUIR LAS FACULTADES PATRIMONIALES DEL DEUDOR? 3.3. ARTÍCULO 47 LC: DERECHO A ALIMENTOS DEL CONCURSADO 3.4. EFECTOS PERSONALES DEL CONCURSO SOBRE EL DEUDOR

UNIDAD 4. LOS EFECTOS DEL CONCURSO SOBRE LOS ACREEDORES (8 HORAS) 4.1. LA INTEGRACIÓN DE LA MASA PASIVA 4.2. EFECTOS SOBRE LAS ACCIONES INDIVIDUALES DE LOS ACREEDORES 4.3. ARTÍCULOS 58 AL 60 LC: EFECTOS SOBRE LOS CRÉDITOS EN PARTICULAR

UNIDAD 5. LOS EFECTOS DE LA DECLARACIÓN DEL CONCURSO SOBRE LOS CONTRATOS SEGÚN LA LEY CONCURSAL (25 HORAS) 5.1. ARTÍCULO 61 LC: VIGENCIA DE LOS CONTRATOS CON OBLIGACIONES RECÍPROCAS 5.2. ARTÍCULO 62 LC: LA RESOLUCIÓN POR INCUMPLIMIENTO DE UNO DE LOS CONTRATANTES 5.3. ARTÍCULO 63 LC: SUPUESTOS ESPECIALES 5.4. ARTÍCULO 64 LC: LOS EFECTOS DEL CONCURSO SOBRE LOS CONTRATOS DE TRABAJO 5.5. ARTÍCULO 65 LC: LOS EFECTOS DEL CONCURSO SOBRE LOS CONTRATOS DEL PERSONAL DE ALTA DIRECCIÓN 5.6. ARTÍCULO 66 LC: EFECTOS DEL CONCURSO SOBRE LOS CONVENIOS COLECTIVOS 5.7. ARTÍCULO 67 LC: LOS EFECTOS DEL CONCURSO SOBRE LOS CONTRATOS CELEBRADOS POR EL CONCURSADO CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS 5.8. ARTÍCULO 68 LC: LA REHABILITACIÓN DE CRÉDITOS 5.9. ARTÍCULO 69 LC: LA REHABILITACIÓN DE LOS CONTRATOS DE ADQUISICIÓN DE BIENES CON PRECIO APLAZADO 5.10. ARTÍCULO 70 LC: LA ENERVACIÓN DE LA ACCIÓN DE DESAHUCIO Y LA REHABILITACIÓN DE LOS CONTRATOS DE ARRENDAMIENTOS URBANOS

UNIDAD 6. DETERMINACIÓN DE LA MASA ACTIVA Y LAS ACCIONES REVOCATORIAS (5 HORAS) 6.1. ¿QUÉ ES LA MASA ACTIVA? 6.2. TIPOS DE ACCIONES: REVOCATORIAS Y RESCISORIAS

UNIDAD 7. DETERMINACIÓN DE LA MASA PASIVA (15 HORAS) 7.1. LOS CRÉDITOS CONTRA LA MASA, ¿CUÁLES SON? 7.2. LOS CRÉDITOS CONCURSALES 7.3. CLASIFICACIÓN DE LOS CRÉDITOS CONCURSALES 7.4. CONSECUENCIAS DE LA CLASIFICACIÓN 7.5. COMUNICACIÓN Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS 7.6. HABLEMOS DE PUBLICIDAD, IMPUGNACIÓN DEL INFORME Y COMUNICACIONES DE CRÉDITOS POSTERIORES

UNIDAD 8. FASES DE CONVENIO Y LIQUIDACIÓN (5 HORAS) 8.1. LA FASE DE CONVENIO 8.2. LA FASE DE LIQUIDACIÓN

UNIDAD 9. LA CALIFICACIÓN DEL CONCURSO (15 HORAS) 9.1. APERTURA DE LA SECCIÓN DE CALIFICACIÓN 9.2. ¿CONCURSO CULPABLE? 9.3. PRESUNCIONES DE CONCURSO CULPABLE: TIPOS 9.4. LAS PRESUNCIONES DE DOLO O CULPABILIDAD DEL DEUDOR 9.5. PROCESO DE TRAMITACIÓN DE LA SECCIÓN DE CALIFICACIÓN 9.6. LOS EFECTOS JURÍDICOS DE LA SENTENCIA QUE DECLARA EL CONCURSO COMO CULPABLE

UNIDAD 10. INSOLVENCIAS PUNIBLES (12 HORAS) 10.1. LEGISLACIÓN APLICABLE 10.2. LAS INSOLVENCIAS PUNIBLES 10.3. ELEMENTOS DEL TIPO: LOS REQUISITOS PARA LA COMISIÓN DEL DELITO 10.4. CONTENIDO DEL ARTÍCULO 189 DE LA LEY CONCURSAL: PREJUDICIALIDAD PENAL 10.5. PROCESO PENAL.

Acción 40. Derecho laboral: Retribuciones salariales, cotizaciones y recaudación

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	130	SI	NO

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas.

Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- **Objetivos generales:** Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.
- **Objetivos específicos:** Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado. Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivos generales:

- ELABORAR LOS DOCUMENTOS DERIVADOS DE LA RETRIBUCIÓN DEL TRABAJO POR CUENTA AJENA.
- APLICAR AL RECIBO DE SALARIOS LAS CORRESPONDIENTES DEDUCCIONES, EN CONCEPTO DE COTIZACIÓN AL RÉGIMEN GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL, LA RETENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (IRPF) Y ELABORAR LOS DOCUMENTOS DERIVADOS DEL PROCESO DE LIQUIDACIÓN E INGRESO DE CUOTAS, EN CUMPLIMIENTO DE LA LEGALIDAD VIGENTE.

Objetivos específicos:

- APRENDER EL CONCEPTO DE SALARIO Y DIFERENCIAS ENTRE LOS TIPOS QUE EXISTEN.
- ESTRUCTURAR EL RECIBO DE SALARIO.
- DISTINGUIR LOS CONCEPTOS Y ELEMENTOS DE COTIZACIÓN DE EMPRESA Y TRABAJADOR A LA SEGURIDAD SOCIAL.
- APLICAR LOS PORCENTAJES Y SABER CALCULAR LA BASE DE COTIZACIÓN POR CONTINGENCIAS COMUNES Y PROFESIONALES, EL DESEMPLEO, FOGASA Y FORMACIÓN PROFESIONAL.
- CONOCER LOS DOCUMENTOS DE RECAUDACIÓN.
- VER LOS DOCUMENTOS DE INGRESO A LA SEGURIDAD SOCIAL (TCI) Y EL DOCUMENTO DE RELACIÓN NOMINAL DE TRABAJADORES (TCII).
- ESTUDIAR LA NORMATIVA DEL IMPUESTO DE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS SOBRE EL SALARIO.
- DETERMINAR EL TIPO DE RETENCIÓN AL TRABAJADOR SEGÚN SU SITUACIÓN.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo,

psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.

- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal.

Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. RETRIBUCIÓN SALARIAL (25 HORAS) 1.1. RETRIBUCIÓN SALARIAL 1.2. SALARIO MÍNIMO INTERPROFESIONAL (SMI) 1.3. SALARIO DE CONVENIO Y SALARIO PACTADO. DETERMINACIÓN DE LA CUANTÍA DEL SALARIO 1.4. ESTRUCTURA DEL SALARIO

UNIDAD 2. COTIZACIONES AL RÉGIMEN GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL (80 HORAS) 2.1. LA COTIZACIÓN DE EMPRESA Y TRABAJADOR AL RÉGIMEN GENERAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL. 2.2. ELEMENTOS DE COTIZACIÓN: LA BASE DE COTIZACIÓN 2.3. ELEMENTOS DE COTIZACIÓN: LOS TIPOS DE COTIZACIÓN DE EMPRESA Y TRABAJADORES 2.4. CÁLCULO DE LA BASE DE COTIZACIÓN POR CONTINGENCIAS COMUNES 2.5. CÁLCULO DE LA BASE DE COTIZACIÓN POR ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES (CONTINGENCIAS PROFESIONALES), DESEMPLEO, FONDO DE GARANTÍA SALARIAL Y FORMACIÓN PROFESIONAL 2.6. LA DETERMINACIÓN DE LAS CUOTAS 2.7. PECULIARIDADES DE LOS COLECTIVOS PROFESIONALES INTEGRADOS EN EL RÉGIMEN GENERAL 2.8. COTIZACIÓN EN SUPUESTOS ESPECIALES 2.9. LA RECAUDACIÓN: DOCUMENTOS DE LIQUIDACIÓN DE CUOTAS. TÉRMINOS Y PLAZOS PARA EL INGRESO DE CUOTAS 2.10. EL DOCUMENTO DE INGRESO, MODELO TC 1 2.11. RELACIÓN NOMINAL DE TRABAJADORES, MODELOS TC2 Y TC2 ABREVIADO 2.12. BONIFICACIONES Y SUBVENCIONES CON CARGO AL SERVICIO DE EMPLEO ESTATAL

UNIDAD 3. EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS (25 HORAS) 3.1. NORMAS FISCALES APLICABLES A LOS SALARIOS. CONCEPTO DE RENDIMIENTOS DEL TRABAJO PERSONAL 3.2. EL HECHO IMPONIBLE, LA OBLIGACIÓN DE RETENER Y LA LIQUIDACIÓN ANUAL DEL IMPUESTO 3.3. DETERMINACIÓN DEL TIPO DE RETENCIÓN. COMUNICACIÓN DE DATOS AL PAGADOR 3.4. ASPECTOS FORMALES: EL CERTIFICADO DE RETENCIONES Y EL INGRESO DE LAS RETENCIONES.

Acción 45. Gestión de contratos con el sector público

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	100	SI	NO

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas.

Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- **Objetivos generales:** Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.

- **Objetivos específicos:** Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado. Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivos generales:

- FORMAR AL ALUMNO, SEGÚN EL REAL DECRETO LEGISLATIVO 3/2011, DE 14 DE NOVIEMBRE, POR EL QUE SE APRUEBA EL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO, EN LOS PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN.
- PROPORCIONAR PROCEDIMIENTOS PRÁCTICOS Y CONOCIMIENTOS TEÓRICOS PARA EL MANEJO DE EXPEDIENTES DE CONTRATACIÓN.

Objetivos específicos:

- CONOCER EL OBJETO Y ÁMBITO DE LA NORMATIVA REGULADORA SOBRE CONTRATACIÓN EN EL SECTOR PÚBLICO.
- APRENDER LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS TIPOS DE CONTRATOS Y LOS PRINCIPIOS DE LA CONTRATACIÓN, ASÍ COMO RÉGIMEN DE INVALIDEZ, NULIDAD Y ANULABILIDAD.
- ANALIZAR EL OBJETO, PRECIO Y CUANTÍA DE LOS CONTRATOS Y SABER QUÉ GARANTÍAS EXISTEN EN LA CONTRATACIÓN EN EL SECTOR PÚBLICO.
- ADQUIRIR CONOCIMIENTOS DE EXPEDIENTES Y PLIEGOS DE CLÁUSULAS DE LOS CONTRATOS.
- CONOCER PRINCIPIOS Y NORMAS DE RACIONALIZACIÓN DE LA CONTRATACIÓN, ASÍ COMO PRINCIPIOS GENERALES DE SELECCIÓN Y PROCEDIMIENTOS DE ADJUDICACIÓN.
- SABER LAS CARACTERÍSTICAS DEL DESARROLLO DE UN CONTRATO DEL SECTOR PÚBLICO Y DOMINAR LAS NORMAS ESPECIALES Y LAS REGLAS ESPECÍFICAS DE LOS CONTRATOS MÁS COMUNES EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal.

Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. CONTRATO ADMINISTRATIVO. EL RD LEGISLATIVO 3/2011 (8 HORAS) 1.1. CONTRATO ADMINISTRATIVO 1.2. OBJETO 1.3. ÁMBITO DE APLICACIÓN

UNIDAD 2. LOS CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO (15 HORAS) 2.1. LOS CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO: TIPOS 2.2. PRINCIPIOS GENERALES DE LA CONTRATACIÓN 2.3. RÉGIMEN DE INVALIDEZ

UNIDAD 3. ELEMENTOS SUBJETIVOS (15 HORAS) 3.1. ELEMENTOS SUBJETIVOS: LAS PARTES EN LOS CONTRATOS 3.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA GESTIÓN DE LA CONTRATACIÓN

UNIDAD 4. ELEMENTOS OBJETIVOS (8 HORAS) 4.1. ELEMENTOS OBJETIVOS: OBJETO, PRECIO Y CUANTÍA DE LOS CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO 4.2. LAS GARANTÍAS EXIGIBLES EN LA CONTRATACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO

UNIDAD 5. LA PREPARACIÓN DE LOS CONTRATOS (15 HORAS) 5.1. EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN 5.2. PLIEGOS DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS Y DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS 5.3. NORMAS ESPECIALES

UNIDAD 6. LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO (15 HORAS) 6.1. LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO: PRINCIPIOS GENERALES, SELECCIÓN DEL ADJUDICATORIO Y PROCEDIMIENTOS DE ADJUDICACIÓN 6.2. PRINCIPIOS Y NORMAS PARA LA RACIONALIZACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

UNIDAD 7. EFECTOS, EJECUCIÓN, MODIFICACIÓN Y EXTINCIÓN DE LOS CONTRATOS. CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN (8 HORAS) 7.1. EFECTOS, EJECUCIÓN, MODIFICACIÓN Y EXTINCIÓN DE LOS CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO 7.2. CESIÓN Y SUBCONTRATACIÓN

UNIDAD 8. LOS CONTRATOS TÍPICOS DEL SECTOR PÚBLICO (16 HORAS) 8.1. LOS CONTRATOS TÍPICOS DEL SECTOR PÚBLICO: CONTRATO DE OBRAS, CONTRATO DE CONCESIÓN DE OBRAS PÚBLICAS, CONTRATO DE GESTIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS, CONTRATO DE SUMINISTROS Y CONTRATO DE COLABORACIÓN ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y EL SECTOR PRIVADO 8.2. REGLAS ESPECÍFICAS DE CONTRATACIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL.

Acción 49. LEGISLACIÓN Y NORMATIVA TRIBUTARIA: IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA)

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	80	SI	NO

OBJETIVOS

La consecución de los objetivos del plan de formación se alcanza mediante la impartición de las acciones formativas que integran el plan. Dichas acciones formativas persiguen unos objetivos generales y específicos en función a los objetivos establecidos en el plan, determinándose, en su formulación, los propósitos y fines del plan que son, en todo caso, el desarrollo de las competencias básicas derivadas del aprendizaje de los contenidos de las distintas acciones formativas. Los objetivos del proceso formativo están estructurados en:

- **Objetivos generales:** Son aquellos que presentan una definición muy abstracta y general y cuya formulación supone un acercamiento a las metas finales que enmarcan y orientan el proceso formativo, no siendo directamente observables y medibles.

- **Objetivos específicos:** Son aquellos que, partiendo de los objetivos generales, establecen los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumnado debe adquirir durante el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los objetivos específicos desarrollan y/o concretan los objetivos generales, siendo, observables y medibles a través de éstos. De este modo, los objetivos de la acción formativa constituyen la finalidad del proceso formativo y, por tanto, configuran y orientan la programación didáctica, entendida ésta como la ejecución del proceso formativo en un entorno concreto, y con un profesorado y alumnado determinado.

Los objetivos generales y específicos derivados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de la acción formativa son:

Objetivos generales:

- CONOCER LOS ASPECTOS CLAVES DEL FUNCIONAMIENTO DEL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO.

Objetivos específicos:

- APRENDER LAS CARACTERÍSTICAS DEL IMPUESTO Y DELIMITAR EL HECHO IMPONIBLE.
- CONOCER LOS SUJETOS PASIVOS, LA REPERCUSIÓN Y EL DEVENGO DEL IMPUESTO.

- CONOCER LAS OPERACIONES NO SUJETAS Y EXENTAS DE IVA.
- CALCULAR EL IVA.
- CONOCER LAS DEDUCCIONES O DEVOLUCIONES.
- DEFINIR LOS REGÍMENES ESPECIALES EN EL IVA.
- CONOCER LAS OBLIGACIONES FORMALES DE LOS SUJETOS PASIVOS DEL IVA.
- CONTABILIZAR EL IVA.

PROGRAMA

Los contenidos que forman la acción formativa suponen un continuo entrelazado de momentos formativos de carácter teórico y práctico, ya que éstos son de tipo conceptual (C), correspondiéndose con los conceptos que el alumnado adquiere a lo largo de la acción formativa, procedimental (P) correspondiéndose con los procedimientos y técnicas que el alumnado desarrolla a lo largo de la acción formativa y actitudinal (A) correspondiéndose con los valores, normas y actitudes que desarrolla el alumnado como consecuencia de la acción formativa. En la impartición de los contenidos, no se diferencian momentos formativos teóricos y prácticos ya que éstos se producen a lo largo de todo el proceso de aprendizaje.

La programación de la acción incluye tanto conocimientos, conceptos, definiciones; como destrezas, técnicas, métodos, procedimientos y por último actitudes, valores y normas, todos ellos necesarios y aplicables a la actividad profesional y extrapolables al entorno social, primando, en la ejecución de la acción, el desarrollo psicomotriz sobre el cognitivo. Los contenidos de la acción, para que puedan permitir la consecución de los objetivos del proceso de enseñanza-aprendizaje, deben ser seleccionados, secuenciados y temporalizados convenientemente siguiendo los principios de eficacia y eficiencia.

En este sentido:

- Los contenidos se seleccionan considerando su validez, coherencia, significatividad, potencialidad, funcionalidad.
- Los contenidos se secuencian considerando su tipología y características, combinando contenidos teóricos y prácticos, para alcanzar los objetivos planteados y generar procesos formativos integrales (desarrollo cognitivo, psicomotriz y afectivo). Los contenidos de la acción están organizados secuencialmente, de manera ordenada y lógica para garantizar el progreso del alumnado.
- Los contenidos se temporalizan por módulo y/o unidad didáctica, considerando las características y perfil de los/as destinatarios/as de la formación (personas adultas), el volumen de contenidos, nivel de dificultad, importancia y características intrínsecas de los mismos... en cualquier caso, el profesorado encargado de la impartición de la acción formativa es el último responsable de la temporalización de los contenidos ya que éste/a analizará la idiosincrasia de cada grupo formativo (heterogeneidad o homogeneidad) para ajustar la distribución temporal.

Los contenidos que constituyen la acción formativa son:

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL IVA (7 HORAS) 1.1. DEFINICIÓN DEL IMPUESTO 1.2. FUNCIONAMIENTO GENERAL DEL IMPUESTO 1.3. TERRITORIALIDAD DEL IMPUESTO 1.4. CESIÓN DEL IMPUESTO 1.5. TRANSMISIONES PATRIMONIALES ONEROSAS Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS

UNIDAD 2. DELIMITACIÓN DEL HECHO IMPONIBLE (6 HORAS) 2.1. INTRODUCCIÓN Y NORMATIVA 2.2. ENTREGAS DE BIENES Y PRESTACIONES DE SERVICIOS 2.3. ADQUISICIONES INTRACOMUNITARIA DE BIENES 2.4. IMPORTACIONES DE BIENES

UNIDAD 3. SUJETOS PASIVOS. REPERCUSIÓN Y DEVENGO (4 HORAS) 3.1. QUIÉNES ESTÁN OBLIGADOS A DECLARAR. SUJETOS PASIVOS 3.2. REPERCUSIÓN DEL IMPUESTO AL DESTINATARIO 3.3. CUÁNDO SE PRODUCEN LAS OPERACIONES A EFECTOS DEL IMPUESTO. DEVENGO

UNIDAD 4. OPERACIONES NO SUJETAS Y EXENTAS (7 HORAS) 4.1. OPERACIONES NO SUJETAS 4.2. OPERACIONES EXENTAS 4.3. EXENCIÓN DEL IMPUESTO EN OPERACIONES INTERIORES 4.4. EXENCIÓN DEL IMPUESTO EN OPERACIONES INTRACOMUNITARIAS 4.5. EXENCIÓN DEL IMPUESTO EN OPERACIONES EXTRACOMUNITARIAS

UNIDAD 5. LA BASE IMPONIBLE. CÁLCULO DEL IVA (4 HORAS) 5.1. IMPORTE SOBRE EL QUE SE APLICA EL TIPO IMPOSITIVO. BASE IMPONIBLE 5.2. MODIFICACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE 5.3. EL TIPO IMPOSITIVO

UNIDAD 6. DEDUCCIONES Y DEVOLUCIONES (11 HORAS) 6.1. INTRODUCCIÓN. REQUISITOS PARA LA DEDUCCIÓN 6.2. CUANDO SE PUEDE DEDUCIR Y CÓMO SE EFECTÚA LA DEDUCCIÓN 6.3. DEDUCCIONES EN SECTORES DIFERENCIADOS DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL O PROFESIONAL 6.4. REGLA DE PRORRATA 6.5. REGULARIZACIÓN DE DEDUCCIONES POR BIENES DE INVERSIÓN 6.6. DEDUCCIÓN DE

CUOTAS ANTES DE INICIAR LA REALIZACIÓN HABITUAL DE ENTREGAS DE BIENES O PRESTACIONES DE SERVICIOS 6.7. RECTIFICACIÓN DE DEDUCCIONES

UNIDAD 7. RÉGIMENES ESPECIALES EN EL IVA (I) (12 HORAS) 7.1. INTRODUCCIÓN 7.2. RÉGIMEN ESPECIAL DE LA AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA 7.3. RÉGIMEN ESPECIAL DE LOS BIENES USADOS, OBJETOS DE ARTE, ANTIGÜEDADES Y OBJETOS DE COLECCIÓN 7.4. RÉGIMEN ESPECIAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES 7.5. RÉGIMEN ESPECIAL DEL RECARGO DE EQUIVALENCIA 7.6. RÉGIMEN ESPECIAL DEL ORO DE INVERSIÓN 7.7. RÉGIMEN ESPECIAL APLICABLE A LOS SERVICIOS PRESTADOS POR VÍA ELECTRÓNICA 7.8. RÉGIMEN ESPECIAL DEL GRUPO DE ENTIDADES

UNIDAD 8. RÉGIMENES ESPECIALES EN EL IVA (II) (9 HORAS) 8.1. INTRODUCCIÓN AL RÉGIMEN SIMPLIFICADO 8.2. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO 8.3. CONTENIDO DEL RÉGIMEN SIMPLIFICADO 8.4. LIQUIDACIÓN 8.5. RÉGIMEN SIMPLIFICADO APLICADO A LAS ACTIVIDADES AGRÍCOLAS, GANADERAS Y FORESTALES 8.6. OBLIGACIONES FORMALES Y GESTIÓN DEL IMPUESTO

UNIDAD 9. GESTIÓN DEL IVA. AUTOLIQUIDACIONES Y DEVOLUCIONES (4 HORAS) 9.1. INTRODUCCIÓN 9.2. AUTOLIQUIDACIONES DEL IVA 9.3. DEVOLUCIONES

UNIDAD 10. LAS DECLARACIONES INFORMATIVAS DEL IVA. MODELOS 390 Y 349 (3 HORAS) 10.1. LA DECLARACIÓN-RESUMEN ANUAL. MODELO 390 10.2. LA DECLARACIÓN RECAPITULATIVA DE OPERACIONES INTRACOMUNITARIAS. MODELO 349

UNIDAD 11. OBLIGACIONES FORMALES DE LOS SUJETOS PASIVOS DEL IVA: FACTURAS Y LIBROS REGISTRO (6 HORAS) 11.1. OBLIGACIONES DEL SUJETO PASIVO 11.2. OBLIGACIONES CENSALES 11.3. OBLIGACIONES EN MATERIA DE FACTURACIÓN 11.4. OBLIGACIONES EN MATERIA DE LIBROS REGISTRO EN EL IVA

UNIDAD 12: CONTABILIDAD DEL IVA (7 HORAS) 12.1. INTRODUCCIÓN. NORMAS DE VALORACIÓN 12.2. CUADRO DE CUENTAS 12.3. EL IVA EN LAS OPERACIONES CONTABLES 12.4. CONTABILIDAD DE LA REGLA DE LA PRORRATA 12.5. EL IVA EN LAS OPERACIONES INTRACOMUNITARIAS Y EXTRACOMUNITARIAS.

ESCUELA DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

Acción 4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (IDM)

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	100	SI	SI

OBJETIVOS

El objetivo es el formar a los participantes en las diferentes técnicas e instrumentos relacionados con el sistema de Marketing de la empresa y la gestión del mismo. El programa forma profesionales capaces de lograr ventajas competitivas sostenibles derivadas de la mejora en la capacidad de dirección, administración y gestión de su organización, mediante la correcta comprensión y valoración del significado, extensión, importancia y contenido del Marketing.

Este curso se centra en el desarrollo del proceso de Investigación de mercados. Específicamente se tratan en profundidad las principales técnicas de obtención de información y la situación actual de la Investigación de Mercados en España. Asimismo, se lleva a cabo una aproximación al análisis de la información.

PROGRAMA

UD 1 CONCEPTO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL (10 H) • Comprender la importancia y el papel de la investigación de mercados en el área comercial. • Desarrollar el proceso metodológico de una investigación de mercados. • Presentar las alternativas existentes para la obtención y el análisis de información del mercado. • Describir el contenido del informe final de una investigación. • Destacar los aspectos más relevantes de la industria de investigación de mercados.

UD 2 TÉCNICAS CUALITATIVAS DE INVESTIGACIÓN (10 H) • Destacar la importancia de la investigación cualitativa en marketing. • Profundizar en la relación entre investigación cualitativa y cuantitativa. • Desarrollar las características de la metodología cualitativa. • Presentar las alternativas existentes para la obtención de información cualitativa. • Describir la preparación y realización de las técnicas cualitativas más utilizadas: entrevistas en profundidad y reuniones de grupo.

UD 3 TÉCNICAS CUANTITATIVAS DE INVESTIGACIÓN (10 H) • Comprender las características metodológicas de la encuesta y el cuestionario. • Plantear las ventajas y desventajas que presenta cada uno de los tipos de encuesta. • Conocer los tipos de cuestionario y tipos de pregunta que existen en un cuestionario. • Aprender a diseñar un cuestionario para obtener información comercial. • Comprender las características metodológicas de los estudios panel. • Presentar las modalidades de los estudios panel y plantear las posibles aplicaciones de sus resultados.

UD 4 EL MUESTREO Y EL TRABAJO DE CAMPO (10 H) • Comprender los conceptos básicos de muestreo. • Aprender a determinar el tamaño muestral. • Clasificar los distintos métodos de muestreo. • Comprender cómo se diseña y aplica el trabajo de campo.

UD 5 CASO PRÁCTICO: ELABORACIÓN DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (10 H)

UD 6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS EN INVESTIGACIÓN COMERCIAL: EL DISEÑO DE UNA BASE DE DATOS (10H) • Introducción al diseño de una base de datos. • Aprender a realizar la codificación de las variables en programas informáticos de análisis de datos. • Preparar los datos para su análisis.

UD 7 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN I: ANÁLISIS UNIVARIANTE Y BIVARIANTE (10 H) • Clasificar las técnicas de análisis de información univariante y bivalente. • Técnicas de análisis univariante y bivalente no métricas: frecuencias, porcentajes y tabulación cruzada. • Técnicas de análisis univariante y bivalente métricas: promedios, medidas de dispersión y tabulación cruzada. • Técnicas de análisis bivalente mixtas: análisis de varianza y análisis de covarianza.

UD 8 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN II: ANÁLISIS MULTIVARIANTE (10 H) • Explicar qué es el Análisis Multivariante (AM) y cuando resulta apropiada su aplicación. • Clasificar y definir las técnicas de análisis de información multivariante de interdependencia y dependencia con el fin de saber determinar qué método es el indicado para resolver un problema de investigación específico. • Presentar el proceso de diseño de un modelo multivariante. • Profundizar en la técnica de interdependencia de cluster con el propósito de poder realizar una segmentación de mercado. • Profundizar en la técnica de dependencia de regresión múltiple con el propósito de estimar relaciones de dependencia entre una variable dependiente y varias variables independientes.

UD 9 ELABORACIÓN DE UN INFORME (10 H) • Explicar cómo resumir la información obtenida en la investigación de mercados para la toma de decisiones. • Exponer qué debe incluir un informe de investigación de mercados. • Resumir cómo debe elaborarse un informe de investigación de mercados.

UD 10 CASO PRÁCTICO FINAL: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y ELABORACIÓN DEL INFORME (10 H)

Acción 15. EXPERTO EN GESTIÓN INMOBILIARIA. GESTOR INMOBILIARIO: MARKETING Y PUBLICIDAD

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	210	SI	SI

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

- Conocer las pautas básicas para incorporar al sector las técnicas, herramientas de planificación y gestión y aprendizajes para competir rentablemente en entornos favorables y desfavorables.
- Saber desarrollar ese valor de marca, que debe constituir el elemento fundamental de la relación con sus clientes.

A través de los objetivos generales señalados se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de formación, entre ellos: Adecuar la oferta formativa del plan de formación a las necesidades de formación específicas del sector al que va dirigido. Garantizar la NO DISCRIMINACIÓN Y EL ACCESO A LA FORMACIÓN de los trabajadores/as, a través del proceso de selección de participantes en esta acción formativa, respetando los porcentajes que se determinen para esta convocatoria. Capacitar a los trabajadores/as para el ejercicio de las ACTIVIDADES PROFESIONALES PROPIAS de este sector, mediante su participación en esta acción, elaborada

según el mapa profesional del sector y conforme a los objetivos del Sistema Nacional de Cualificación Profesional. Colaborar en el establecimiento de unos ESTÁNDARES DE CALIDAD homologados para la formación que se da en el sector, mediante la aplicación de evaluaciones sistemáticas a través de cuestionarios de opinión, cuestionarios de aplicabilidad en el puesto de trabajo y evaluación de habilidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo. El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Conocer el marketing como sistema de gestión. - Aprender las pautas necesarias para una correcta planificación y análisis del Marketing Inmobiliario.
- Saber cómo implementar un plan de Marketing.
- Aplicar la comunicación dentro del Marketing Inmobiliario.
- Descubrir una correcta gestión y publicidad dentro de este ámbito. A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

MÓDULO 1: MARKETING EN EL SECTOR INMOBILIARIO CONTENIDOS TEÓRICOS: 47 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5

UNIDAD DIDÁCTICA1: EL MARKETING COMO SISTEMA DE GESTIÓN Contenidos teóricos: 24 horas Contenidos prácticos: 2 horas 1.1. Discusión del término marketing. 1.2. El contexto actual del mercado inmobiliario. 1.3. El concepto de cadena de valor y la utilidad del marketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 2: EL PLAN DE MARKETING Contenidos teóricos: 23 horas Contenidos prácticos: 3 horas 2.1. El mercado como entorno dinámico. 2.2. Epígrafes de un plan de marketing. 2.3. El plan de marketing en la industria inmobiliaria.

MÓDULO 2: ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN DE MARKETING CONTENIDOS TEÓRICOS: 38 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4

UNIDAD DIDÁCTICA 3: SISTEMAS DE INFORMACION DE MARKETING Contenidos teóricos: 13 horas Contenidos prácticos: 1 horas 3.1. La necesidad de obtener información de mercado. 3.2. Fuentes internas. 3.3. Fuentes secundarias. 3.4. Estudios ad-hoc.

UNIDAD DIDÁCTICA 4: SEGMENTACIÓN Contenidos teóricos: 13 horas Contenidos prácticos: 2 horas 4.1. Definición de segmentación. 4.2. Racional: ¿por qué segmentamos? 4.3. Variables de segmentación típicas en el sector inmobiliario. 4.4. Targeting: cómo escoger un segmento y dirigirnos a él.

UNIDAD DIDÁCTICA 5: POSICIONAMIENTO Contenidos teóricos: 12 horas Contenidos prácticos: 1 horas 5.1. El concepto de posicionamiento: Ries y Trout. 5.2. El concepto de ventaja competitiva sostenible. 5.3. La marca como agregado de estímulos.

MÓDULO 3: IMPLEMENTANDO EL PLAN DE MARKETING CONTENIDOS TEÓRICOS: 96 CONTENIDOS PRÁCTICOS: 20

UNIDAD DIDÁCTICA 6: MARKETING MIX: EL PRODUCTO Contenidos teóricos: 11 horas Contenidos prácticos: 2 horas 6.1. Definición de producto. 6.2. Las tres dimensiones del producto inmobiliario. 6.3. Distinción entre producto y marca. 6.4. El ciclo de vida del producto en el sector inmobiliario.

UNIDAD DIDÁCTICA 7: MARKETING MIX: DISTRIBUCION Contenidos teóricos: 11 horas Contenidos prácticos: 2 horas 7.1. Canales de venta. 7.2. El asesor de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 8: MARKETING MIX, EL PRECIO Contenidos teóricos: 11 horas Contenidos prácticos: 2 horas 8.1. La importancia de la variable precio. 8.2. El carácter relativo del precio. 8.3. Estrategias de precios. 8.4. Métodos de fijación de precio.

UNIDAD DIDÁCTICA 9: MARKETING MIX, COMUNICACIÓN/ASPECTOS GENERALES Contenidos teóricos: 11 horas Contenidos prácticos: 2 horas 9.1. El mix de comunicación. 9.2. El fenómeno de la saturación publicitaria. 9.3. El modelo del "embudo de fidelidad a marca".

UNIDAD DIDÁCTICA 10: UN MODELO DE GESTION DE LOS CLIENTES Contenidos teóricos: 10 horas Contenidos prácticos: 3 horas 10.1. El embudo aplicado al proceso de venta inmobiliario. 10.2. Comunicación impersonal. 10.3. Comunicación personal.

UNIDAD DIDÁCTICA 11: TRABAJANDO LA NOTORIEDAD: PUBLICIDAD Contenidos teóricos: 11 horas
Contenidos prácticos: 3 horas 11.1. El uso de la publicidad en el sector inmobiliario. 11.2. El estudio del coste por impacto. 11.3. Agencias de publicidad. 11.4. Desarrollando una campaña de publicidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 12: LA INTERACCIÓN PERSONAL, CONTACT CENTERS Y GESTION DE LAS VISITAS
Contenidos teóricos: 10 horas Contenidos prácticos: 2 horas 12.1. Marketing de permiso frente a Marketing de interrupción. 12.2. Implantación y gestión de Contact Centers. 12.3. La visita.

UNIDAD DIDÁCTICA 13: GESTIONANDO LA RELACION, EL USO DEL CRM Contenidos teóricos: 11 horas
Contenidos prácticos: 2 horas 13.1. Introducción al CRM: consumer relationship management. 13.2. La importancia de la relación post-venta. 13.3. De la fidelidad a la evangelización.

UNIDAD DIDÁCTICA 14: MARKETING INMOBILIARIO EN INTERNET Contenidos teóricos: 10 horas Contenidos prácticos: 2 horas 14.1. Internet 2.0 y la empresa inmobiliaria. 14.2. Search marketing. 14.3. Estrategia on-line: recomendaciones.

GLOSARIO ENLACES DE INTERÉS BIBLIOGRAFIA

Acción 16. FOTOGRAFIA INMOBILIARIA

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	210	SI	NO

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

El objetivo primordial que se persigue es conseguir la familiarización del alumno con los fundamentos y la mecánica de los distintos pasos del proceso fotográfico, así como que sea capaz de poner en práctica dichos conocimientos en el ámbito laboral.

A través de los objetivos generales señalados se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de formación, entre ellos: Adecuar la oferta formativa del plan de formación a las necesidades de formación específicas del sector al que va dirigido. Garantizar la NO DISCRIMINACIÓN Y EL ACCESO A LA FORMACIÓN de los trabajadores/as, a través del proceso de selección de participantes en esta acción formativa, respetando los porcentajes que se determinen para esta convocatoria. Capacitar a los trabajadores/as para el ejercicio de las ACTIVIDADES PROFESIONALES PROPIAS de este sector, mediante su participación en esta acción, elaborada según el mapa profesional del sector y conforme a los objetivos del Sistema Nacional de Cualificación Profesional. Colaborar en el establecimiento de unos ESTÁNDARES DE CALIDAD homologados para la formación que se da en el sector, mediante la aplicación de evaluaciones sistemáticas a través de cuestionarios de opinión, cuestionarios de aplicabilidad en el puesto de trabajo y evaluación de habilidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo. El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Conocer los principios de la naturaleza de la luz, el comportamiento del color y la formación de la imagen en la cámara fotográfica.
- Conocer los dispositivos de salida de la imagen, bien por transmisión, proyección o impresión
- Hacer uso de los conocimientos sobre tratamiento de la imagen y la gestión y el almacenamiento de archivos de imagen. A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

MÓDULO I. Horas teóricas: 35 Horas prácticas: 16 1.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRINCIPIOS DE TEORÍA FOTOGRÁFICA Horas teóricas: 18 1.1. LOS FUNDAMENTOS 1.1.1. Qué es fotografía 1.1.2. La luz, materia prima de la fotografía 1.2. TEORÍA DEL COLOR 1.2.1. Temperatura del color 1.2.2. Síntesis aditiva (RGB/RVZ) y síntesis sustractiva (CMYK/CMAN) 1.3. FOTOGRAFÍA Y VISIÓN 1.3.1. Anatomía del ojo humano 1.3.2. Analogías, convergencias y divergencias entre el ojo y la cámara 1.4. EL

PROCESO FOTOGRÁFICO 1.4.1. Dispositivos de entrada de imagen 1.4.2. Herramientas de proceso de imagen 1.4.3. Dispositivos de almacenamiento de imagen 1.4.4. Dispositivos de salida: transmisión, proyección, impresión 1.5. RESUMEN 2.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANATOMÍA DE LA CÁMARA FOTOGRÁFICA Horas teóricas: 17 Horas prácticas: 16 2.1. TIPOS DE CÁMARA 2.1.1. La cámara elemental 2.1.2. La cámara réflex 2.1.3. Tendencias de futuro en la fabricación de cámaras 2.2. MANDOS DE LA CÁMARA 2.2.1. Enfoque, diafragma y obturador 2.3. EL OBJETIVO 2.3.1. Distancia focal, ángulo de toma, círculo de imagen 2.4. CONTROLES BÁSICOS DE LA CÁMARA 2.4.1. Cálculo de la exposición 2.4.2. Determinación de la profundidad de campo 2.4.3. Control del movimiento 2.5. CONTROLES AVANZADOS DE LA CÁMARA 2.5.1. Automatismos de programa 2.5.2. Funciones especiales 2.6. RESUMEN

MÓDULO II. Horas teóricas: 20 Horas prácticas: 8 3.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNDAMENTOS DE LA IMAGEN DIGITAL Horas teóricas: 20 Horas prácticas: 8 3.1. FORMACIÓN DE LA IMAGEN DIGITAL 1 3.1.1. Analogías, convergencias y divergencias entre fotografía "húmeda" (química, convencional) y "seca" (electrónica, digital) 3.1.2. El sensor es la película, el ordenador es el laboratorio 3.2. FORMACIÓN DE LA IMAGEN DIGITAL 2 3.2.1. Resolución (tamaño de archivo) y memoria física (peso del archivo) 3.3. FORMACIÓN DE LA IMAGEN DIGITAL 3 3.3.1. Profundidad de bits, gama dinámica 3.3.2. Formatos de archivo 3.4. LAS HERRAMIENTAS 3.4.1. El escáner 3.4.2. La impresora 3.4.3. El proyector 3.5. RESUMEN

MÓDULO III. Horas teóricas: 30 Horas prácticas: 32 4.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO FOTOGRÁFICO Horas teóricas: 30 Horas prácticas: 32 4.1. PASOS DE LA TOMA DE IMÁGENES 4.1.1. Punto de toma, perspectiva, ángulo de toma, encuadre 4.1.2. Calidad, cantidad y dirección de la luz 4.1.3. Cualidades del sujeto o motivo: tono, textura, contraste 4.1.4. Libertad de expresión y derecho a la propia imagen 4.2. PROCESAMIENTO DE LA IMAGEN 4.2.1. Calibración del monitor 4.2.2. Gestión de color. Espacios de color. 4.2.3. Formatos y gestión de archivos. 4.2.4. Programas de edición 4.3. RESUMEN

MÓDULO IV Horas teóricas: 29 Horas prácticas: 40 5.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL LABORATORIO DIGITAL Horas teóricas: 29 Horas prácticas: 40 5.1. OPTIMIZACIÓN DE IMÁGENES 1 5.1.1. Gama dinámica 5.1.2. Interpolación 5.1.3. Corrección de color 5.1.4. Capas de ajuste 5.1.5. Filtros 5.2. OPTIMIZACIÓN DE IMÁGENES 2 5.2.1. Técnicas de revelado digital 5.2.2. Introducción al retoque digital 5.2.3. Retoque digital: del maquillaje a la cirugía 5.3. LA IMPRESIÓN DIGITAL 5.3.1. Sistemas de impresión 5.3.2. Parámetros de impresión en función del uso final de las imágenes 5.4.

RESUMEN GLOSARIO ENLACES DE INTERÉS BIBLIOGRAFIA.

Acción 19. Redacción Publicitaria para Medios Tradicionales y Online

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	140	SI	NO

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

La publicidad en este siglo ha evolucionado; Internet y las redes sociales han cambiado la forma de vida de las personas. La información, el ocio y el día a día ya no es como era antes, el consumidor ha pasado a tener un papel activo en todos estos procesos. Las personas han evolucionado de sujetos pasivos a activos en el proceso de decisión. A los medios tradicionales, que servían de vehículo para los mensajes publicitarios, se han sumado nuevos medios. El consumidor hoy sigue estando en la calle y en su hogar, pero además está en la red y los anuncios también deben llegar a él a través de estos nuevos canales, adaptándose a las características de cada medio.

Este curso pretende ser un manual de consulta práctico para todo aquel que escribe publicidad. Hoy un redactor publicitario tiene que escribir spots, cuñas de radio, folletos... y también debe redactar y crear webs, banners, blogs, etc. Por esta razón hemos dividido el curso en tres unidades didácticas: una primera general que da una visión de la labor del copy o redactor, otra que abarca la labor de éste en los anuncios para los medios convencionales y por último, otra que abarca toda la comunicación publicitaria en los medios online.

Como objetivos generales del curso señalamos los siguientes:

- Conocer todas las labores del redactor publicitario.
- Dominar el lenguaje publicitario.
- Conocer todos los términos relacionados con la redacción publicitaria.

- Tener capacidad para redactar una estrategia publicitaria.
- Dominar los elementos de redacción de anuncios para todos los soportes.
- Reconocer las particularidades del lenguaje publicitario de cada medio y soporte.
- Dominar todos los soportes de publicidad online.
- Poder utilizar las redes sociales de forma publicitaria.
- Tener un conocimiento del cometido de un community manager. A través de los objetivos generales señalados se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de referencia sectorial, entre ellos:
 - Complementar la formación continua desarrollada por las Empresas del Sector, favoreciendo la rentabilidad y competitividad de las mismas.
 - Satisfacer alguna de las necesidades formativas derivadas, entre otras, de las siguientes situaciones:
 - Implantación y desarrollo de nuevas tecnologías.
 - Cambios organizativos y de procesos productivos.
 - Desarrollo individual de la carrera profesional.
 - Motivar la participación en los procesos de formación continua de las personas empleadas en el sector.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos de cada unidad formativa son los siguientes:

Unidad 1: 1. Saber todos los cometidos de un redactor publicitario. 2. Conocer las particularidades de la redacción publicitaria. 3. Entender cuál es el fin último de todo anuncio. 4. Identificar a los principales redactores de publicidad del siglo XX. 5. Conocer los pasos previos al desarrollo de la campaña publicitaria. 6. Dominar la creación de slogans publicitarios.

Unidad 2: 7. Conocer todos los medios ATL (Above the line). 8. Saber las particularidades y condicionantes de cada medio y soporte. 9. Identificar todos los elementos de redacción en cada medio. 10. Tener conocimientos sobre la evolución que han sufrido estos medios. 11. Dominar técnicas de redacción para cada medio y soporte. 12. Saber cómo escribir un texto, un guión, una cuña, etc.

Unidad 3: 13. Entender el lenguaje comercial online. 14. Conocer la evolución experimentada en el lenguaje web. 15. Identificar todos los soportes de publicidad online y sus características. 16. Saber cómo utilizar las redes sociales para la promoción publicitaria de un producto o servicio. 17. Tener conocimiento de los elementos de redacción de todos los mensajes publicitarios que pueden promocionarse a través de las redes sociales.

PROGRAMA

MÓDULO I Horas Teóricas: 43 Horas Prácticas: 43

UNIDAD DIDÁCTICA 1. VISIÓN GENERAL DE LA REDACCIÓN PUBLICITARIA Horas teóricas 12 Horas prácticas 10
 1.1. REDACCIÓN PUBLICITARIA COMO VENTA 1.1.1. Características específicas de la redacción publicitaria
 1.1.2. Objetivos de la redacción publicitaria 1.1.3. Condicionantes 1.1.4. Evolución histórica de la redacción en anuncios
 1.2. LA REDACCIÓN PUBLICITARIA COMO CREADORA DE CONCEPTOS PUBLICITARIOS 1.2.1. Redacción del briefing y el contrabriefing 1.2.2. La estrategia de comunicación 1.2.3. El copy strategy 1.2.4. El concepto de comunicación 1.2.5. El slogan.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REDACCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS CONVENCIONALES Horas teóricas 30 Horas prácticas 34
 2.1. LA LABOR DEL COPYWRITER O REDACTOR CREATIVO 2.2. PARTES TEXTUALES EN ANUNCIOS PARA PRENSA Y REVISTAS 2.2.1. El titular 2.2.2. El body copy 2.2.3. Pretitular, subtítular y cierre 2.2.4. Flashes promocionales y textos legales 2.2.5. El texto como elemento gráfico 2.3. PARTES TEXTUALES DE LOS ANUNCIOS DE EXTERIOR 2.3.1. Vallas 2.3.2. El cartel 2.3.3. Soportes de publicidad urbana 2.3.4. Publicidad exterior alternativa 2.3.5. Eventos 2.3.6. Postal free 2.4. REDACCIÓN DE FOLLETOS Y PLV 2.4.1. Del flyer al catálogo 2.4.2. Elementos de PLV 2.5. TELEVISIÓN 2.5.1. Redacción del script y del audio del story board 2.5.2. El guión técnico del spot 2.5.3. Elementos textuales en el spot 2.5.4. Redacción de otras formas de publicidad televisiva 2.6. PUBLICIDAD EN RADIO 2.6.1. Redacción de la cuña de radio 2.6.2. Redacción de menciones radiofónicas 2.6.3. El microprograma 2.7. REDACCIÓN DE MAILINGS 2.8. REDACCIÓN DE NOTAS DE PRENSA 2.9. REDACCIÓN DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA 2.10. PROMOCIONES 2.10.1. Tipos de promociones 2.10.2. Redacción de elementos promocionales 2.10.3. Soportes promocionales publicitarios 2.10.4. Soportes promocionales de producto 2.11. ELEMENTOS DE REDACCIÓN EN EL PACKAGING 2.12. REDACCIÓN DE CAMPAÑAS POLÍTICAS 2.12.1. Objetivos de la redacción en campañas políticas 2.12.2. El lenguaje político 2.12.3. El slogan político 2.12.4. Articulación de una campaña política 2.12.5. Soportes para mensajes políticos 2.12.6. Redacción de campañas políticas en los nuevos medios

MÓDULO II Horas Teóricas: 25 Horas Prácticas: 29

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDACCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS ONLINE Horas teóricas 25 Horas prácticas 29
3.1. LENGUAJE DE LA WEB 2.0 3.2. REDACCIÓN DE UNA WEB 3.2.1. Característica del lenguaje online 3.2.2. Partes de una web 3.2.3. Tipos de webs 3.3. EL E-MAILING 3.3.1. Características y condicionantes del e-mailing 3.3.2. Lenguaje de un e-mail publicitario 3.4. REDACCIÓN EN SOPORTES DE PUBLICIDAD ONLINE 3.4.1. El banner 3.4.2. Patrocinio de sitios web 3.4.3. Rich Media Banners 3.4.4. Formatos flotantes: pop-up y pop-under 3.4.5. Layers 3.4.6. Cortinillas 3.5. REDACCIÓN DE BLOGS 3.5.1. Tipos de blogs 3.5.2. Características de la redacción en blogs 3.5.3. Optimización del código y de los contenidos de un blog 3.5.4. Microblogs 3.6. UTILIZACIÓN PUBLICITARIA DE LAS REDES SOCIALES 3.6.1. Redacción en Facebook 3.6.2. Redacción en Twitter 3.6.3. Redacción en YouTube 3.6.4. Redacción en otras redes sociales 3.7. REDACCIÓN EN BUSCADORES 3.7.1. Anuncios en buscadores 3.7.2. Palabras clave para rentabilizar los buscadores 3.8. REDACCIÓN DE ANUNCIOS PARA TELÉFONOS MÓVILES 3.8.1. Características y condicionantes 3.8.2. Del sms al wap 3.9. LA LABOR DEL COMMUNITY MANAGER 3.9.1. Cometidos de un community manager 3.9.2. Gestión de la reputación online

4. GLOSARIO

5. BIBLIOGRAFÍA

6. ENLACES DE INTERÉS.

ESCUELA DE SALUD LABORAL, PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y MEDIOAMBIENTE

Acción 5. GESTION DE LA CALIDAD: ENFOQUE POR PROCESOS

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	80	SI	NO

OBJETIVOS

En este curso se facilitan los conocimientos necesarios para producir el cambio hacia una organización y dirección orientada a procesos. Se presentan modelos, metodologías, técnicas y herramientas para el diseño, desarrollo, implantación, seguimiento y mejora de los procesos de una organización, aportando valor añadido a clientes internos y externos, y aumentando gradualmente los niveles de competitividad.

Partiendo de los sistemas y conceptos actuales de calidad basados en la gestión "de" procesos se establecen las bases para incorporar, evolucionar e integrar un nuevo enfoque de dirección por procesos en la organización.

- Proporcionar los conocimientos necesarios acerca de la calidad y su evolución hacia la gestión y dirección procesos.
- Introducir los conceptos fundamentales y elementos básicos de un sistema de dirección por procesos.
- Identificar los aspectos a desarrollar para la dirección por procesos en el marco de los principales modelos de referencia a nivel internacional: ISO 9001 y Modelo de Excelencia EFQM.
- Presentar el marco conceptual para la dirección por procesos y el plan para su desarrollo e implantación, incluyendo las etapas, actividades y recursos necesarios.
- Recomendar la infraestructura organizativa necesaria para asegurar el éxito en la implantación del sistema: relación con valores culturales y estilo de dirección, estructura organizativa, sistemas de información, sistemas de evaluación y compensación.
- Facilitar guías, métodos y técnicas que permitan la medida y el seguimiento de los procesos en una organización, vigilando su correcto funcionamiento.
- Desarrollar una metodología de mejora continua de procesos, que permita con un enfoque "práctico":

Finalmente, aplicar los conocimientos adquiridos a la situación concreta de la Organización (individual) y Sector de Actividad (trabajo en equipo en la sesión final). Se realizará el diseño de un mapa o arquitectura de procesos (cadena de valor) y el despliegue de un proceso (a elegir) incluido la definición de las métricas e indicadores que permitan su control y mejora continua. Los equipos se intentarán formar por sectores, siempre que el nº de asistentes a la sesión final sea representativo.

PROGRAMA

Objetivos específicos por unidad didáctica:

UD 1 ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA Describir cómo se ha llegado al concepto actual de Dirección por Procesos (DPP) partiendo del origen y evolución histórica del fenómeno de la "calidad".

UD 2 CONCEPTOS FUNDAMENTALES Presentar los conceptos básicos de la Dirección por Procesos; ámbito de actuación, mejora continua y reingeniería de procesos, elementos que constituyen un sistema DPP.

UD 3 MODELOS PARA LA DIRECCIÓN POR PROCESOS Desarrollar los requisitos y mejores prácticas recomendadas para la DPP en modelos de referencia de ámbito universal que abordan la calidad y excelencia: ISO 9001 y Modelo de Excelencia EFQM.

UD 4 DESARROLLO DE UN SISTEMA DE DIRECCIÓN POR PROCESOS (SDPP) Definir el plan de desarrollo e implantación de un SDPP, con las etapas, actividades y recursos necesarios. Facilitar los conocimientos que permitan diseñar la estructura de los procesos, definir los cuadros de métricas e indicadores y gestionar las ayUDas, riesgos, fortalezas y debilidades que se pueden presentar para la implantación del sistema.

UD 5 INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO DE UN SDPP Introducir recomendaciones para alinear con el SDPP: los valores culturales, estilo de dirección, estructura organizativa (basada en procesos), sistemas de información, sistemas de evaluación del desempeño y sistemas de compensación y beneficios.

UD 6 SEGUIMIENTO Y CONTROL DE UN SDPP Facilitar instrumentos para la medida, seguimiento y control de los procesos en una organización que permitan la puesta en marcha de acciones de mejora: Balanced ScoreCard, AUDitorías Internas de Gestión, Gestión de las Relaciones con Clientes, Programas de Innovación.

UD 7 CICLO DE MEJORA DE PROCESOS (1ª PARTE) 1ª parte de una metodología de mejora de procesos basada en el ciclo PDCA. Se abordan las actividades previas al desarrollo e implantación de soluciones de mejora: identificación de oportunidades y proyectos de mejora, planificación de proyectos y búsqueda de las causas de las desviaciones o diagnóstico previo a la determinación de soluciones.

UD 8 CICLO DE MEJORA DE PROCESOS (2ª PARTE) 2ª parte de una metodología de mejora de procesos basada en el ciclo PDCA. Se desarrollan las actividades de evaluación, diseño, desarrollo e implantación de soluciones de mejora, comunicación de logros, mantenimiento y mejora de los resultados.

Contenidos Indique y detalle ampliamente los contenidos teóricos y prácticos de la acción, así como la duración y la programación prevista para el desarrollo de los contenidos:

UD 1 ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA (10 HORAS) 1. PLANTEAMIENTOS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL 1.1. enfoque taylorista 1.2. nuevos principios de gestión 2. ORÍGENES Y EVOLUCIÓN DEL FENÓMENO "CALIDAD" Y "GESTIÓN DE PROCESOS" 2.1. orígenes 2.2. evolución 2.3. gestión de calidad total vs. gestión por procesos 3. GESTIÓN Y DIRECCIÓN POR PROCESOS 3.1. diferencia básica 3.2. dirección por procesos y dirección empresarial

UD 2 CONCEPTOS FUNDAMENTALES (10 HORAS) 1. DEFINICIONES BÁSICAS 1.1. tarea, proceso/subproceso, proceso de negocio y sistema de valor 1.1.1. tarea 1.1.2. proceso 1.1.3. proceso de negocio 1.1.4. sistema de valor 2. MEJORA CONTINUA VS. REINGENIERÍA DE PROCESOS DE NEGOCIO 2.1. sinergias 2.2. cadenas de calidad 3. SISTEMA DE DIRECCIÓN POR PROCESOS 3.1. clasificación de procesos 3.2. indicadores de gestión

UD 3 MODELOS PARA LA DIRECCIÓN POR PROCESOS (10 HORAS) 1. SERIE DE NORMAS ISO 9000 1.1. modelo conceptual de iso 1.2. principios orientadores 1.3. enfoque a procesos 1.3.1. responsabilidad de la dirección 1.3.2. gestión de los recursos 1.3.3. realización del producto / servicio 1.3.4. medición, análisis y mejora 2. MODELO DE EXCELENCIA 2.1. PLANTEAMIENTO Y MARCO GENERAL 2.2. CRITERIO CENTRAL: PROCESOS 2.2.1. diseño y gestión sistemática de los procesos 2.2.2. introducción de las mejoras necesarias en los procesos 2.2.3. diseño y desarrollo de los productos y servicios 2.2.4. producción, distribución y servicio de atención al cliente 2.2.5. gestión y mejora de las relaciones con los clientes. 3. ISO VS. EFQM

UD 4 DESARROLLO DE UN SISTEMA DE DIRECCIÓN POR PROCESOS (SDPP) (2ª PARTE) (10 HORAS) 1. MODELO CONCEPTUAL 2. PLAN DE IMPLANTACIÓN 2.1. soporte documental 2.2. aprobación y asignación de propietarios 2.3. formación e información 2.4. documentación de procesos 2.4.1. despliegue de funciones de calidad (dfc) 2.4.2. técnica idf 2.5. análisis de necesidades 2.6. seguimiento y control 2.7. implantación

UD 5 INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO DE UN SDPP (10 HORAS) 1. ESTILO DE DIRECCIÓN 1.1. objetivos 1.2. funciones 2. VALORES CULTURALES 3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA 3.1. nuevos elementos organizativos 3.2. operativa de los equipos de mejora 4. SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN EN LA DIRECCIÓN POR PROCESOS 4.1. presentación de un nuevo modelo de interacciones para la dirección por

procesos 4.2. sí/tic en la dirección por procesos 4.3. aspectos a desarrollar 5. SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y COMOENSACIÓN

UD 6 SEGUIMIENTO Y CONTROL DE UN SDPP (10 HORAS) 1. INTRODUCCION 2. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE PROCESOS 2.1. control estadístico de procesos 2.2. cuadro de control del proceso 3. AUDITORIAS INTERNAS DE GESTIÓN 3.1. OBJETIVO DE UNA AUDITORÍA DE GESTIÓN 3.2. FASES DE UNA AUDITORÍA DE GESTIÓN 3.2.1. planificación 3.2.2. realización 3.2.3. diagnóstico de gestión –plan de acciones 3.2.4. seguimiento de las acciones 4. GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON CLIENTES 4.1. TRATAMIENTO DE RECLAMACIONES DE CLIENTES 4.2. ESTUDIOS DE SATISFACCIÓN 5. EL FACTOR HUMANO Y LA INNOVACIÓN 5.1. ¿QUÉ ES UNA IDEA DE ALTO RENDIMIENTO? 5.2. PUESTA EN MARCHA DE UN PROGRAMA DE INNOVACIÓN 5.3. EVOLUCIÓN DEL PROGRAMA

UD 7 CICLO DE MEJORA CONTINUA (1ª PARTE) (10 HORAS) 1. CICLO DE MEJORA CONTINUA DE PROCESOS 2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MEJORA 3. ANÁLISIS, EVALUACIÓN Y APROBACIÓN DE PROYECTOS DE MEJORA 3.1. análisis preliminar 3.2. evaluación 3.3. aprobación 4. PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE MEJORA 5. DIAGNÓSTICO Y ANALISIS DE CAUSAS 5.1. DIAGNÓSTICO DE LA CAUSA 5.2. FORMULACIÓN DE CAUSAS 5.3. IDENTIFICACIÓN DE LA CAUSA LÓGICA

UD 8 Ciclo de mejora continua (2ª parte) (10 horas) 1. CICLO DE MEJORA CONTINUA (CONTINUACIÓN) 2. EVALUACIÓN, DESARROLLO E IMPLANTACIÓN DE SOLUCIONES 2.1. evaluación y selección 2.2. diseño de la solución 2.3. implantación y seguimiento de resultados 3. DIVULGACIÓN DE LOS LOGROS.

Acción 24. Técnico/a experto/a en certificación energética en edificios

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Presencial	105	SI	SI

OBJETIVOS

Objetivos generales

Se trata principalmente de formar al alumno en el conocimiento y manejo de las herramientas disponibles en el mercado para la certificación energética de edificios en España, tanto de nueva planta como existentes. Esta actividad profesional, está regulada por el Real Decreto 235/2013, de 5 de abril, por el que se aprueba el procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios (BOE nº 89 de 13 de abril de 2013).

Objetivos específicos por unidad formativa:

UF1. FUNDAMENTOS FÍSICOS. CONDICIONES DE CONFORT HIGROTÉRMICO Y LUMÍNICO. SISTEMAS DE ACONDICIONAMIENTO (10h) Identificación, valoración y validación de las condiciones de confort, normativa de aplicación, transferencia de calor en los edificios, caracterización de la demanda energética, instalaciones de calefacción, climatización, generación de ACS, iluminación y energías renovables de aplicación. Se pretende fijar los parámetros básicos para la introducción de los datos necesarios en los programas de certificación, referidos a condiciones de confort, transmitancia térmica, instalaciones de consumo energético existentes en los edificios así como posibles alternativas de mejora de las mismas.

UF2. SISTEMAS DE ACONDICIONAMIENTO. (5h) Visión más específica sobre los distintos sistemas de acondicionamiento higrotérmico y lumínico. Sistemas de producción de ACS con y sin apoyo solar

UF3. FUNDAMENTOS ARQUITECTÓNICOS Y CONSTRUCTIVOS. (10h) Acercamiento del alumno al proyecto de arquitectura, su contenido formal y definición constructiva. Se pretende profundizar en el análisis de las diferentes soluciones constructivas y sistemas de acondicionamiento elegidos en el proyecto y cuál es su influencia sobre el comportamiento y consumo energético del edificio.

UF4 EDIFICIOS NUEVOS Y REHABILITACIONES: cumplimiento de HE0 Y HE1 (10h) El primer objetivo de este bloque es definir geoméricamente un proyecto sencillo y comprobar y justificar el cumplimiento de los requisitos de limitación de consumo y demanda que establecen la HE0 y HE1. Se utilizara la HERRAMIENTA UNIFICADA (HU).

UF5 CERTIFICACION 1. PROGRAMAS CALENER VYP y HERRAMIENTA UNIFICADA (HU) (40h) El objetivo principal es que el alumno desarrolle las habilidades necesarias para el manejo de las aplicaciones de certificación de edificios nuevos, existentes y grandes rehabilitaciones. Unidad esencialmente práctica, en la que se abordarán al menos tres ejercicios con edificios de diferentes tipologías y que abarquen toda la casuística que el alumno se puede encontrar en la certificación profesional. Se pretende además que el alumno, con la ayuda de los conocimientos desarrollados en las unidades anteriores, sea capaz de proponer las soluciones y cambios necesarios para mejorar la calificación del edificio certificado en cada uno de los ejemplos analizados. Se utilizarán variantes de proyectos de obra nueva y edificios existentes.

UF6 CERTIFICACIÓN 2. PROGRAMAS CE3 Y CE3X (35h) El primer objetivo de este bloque es iniciar a los técnicos en la Certificación Energética de Edificios Existentes y proporcionar formación en el manejo de los programas informáticos reconocidos CE3X y CE3. Una vez superado el curso, el alumno será capaz de modelizar desde el punto de vista energético viviendas unifamiliares, edificios de viviendas, locales comerciales y edificios de uso terciario para la expedición de certificados de eficiencia energética. El segundo objetivo de este bloque es la interpretación de los resultados obtenidos de las diferentes herramientas así como la propuesta de diferentes mejoras en los edificios para mejorar la eficiencia energética de los mismos desde un punto de vista técnico-económico.

PROGRAMA

UF1. FUNDAMENTOS FÍSICOS. CONDICIONES DE CONFORT HIGROTÉRMICO Y LUMÍNICO. INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE ACONDICIONAMIENTO (10h) 1. Condiciones de confort en los edificios • Condiciones de confort de los espacios habitados dentro de los edificios. • Relación entre el edificio y su entorno: Transferencias de calor internas y con el exterior. • Caracterización de la demanda energética en los edificios. Evaluación de cargas de invierno y verano. 2. Introducción a los Sistemas de acondicionamiento. Fundamentos 3. Normativa • Directivas Europeas • DB HE. Ahorro de energía • RITE • Certificación Energética. RD 235/2013

UF2. SISTEMAS DE ACONDICIONAMIENTO, PRODUCCIÓN DE ACS E ILUMINACIÓN. (5h) Definición de los sistemas de acondicionamiento higrotérmico de los espacios interiores. Demanda y producción de ACS. Normativa y parámetros energéticos de la iluminación interior. Contenidos: 1. Climatización • Clasificación y definición de los sistemas • Ventilación o Residencial o Otros usos • Sistemas todo aire • Sistemas todo agua • Sistemas todo refrigerante 2. Demanda y preparación de ACS • Cálculo de la demanda de ACS • Sistemas convencionales de producción de ACS • Contribución solar en la producción de ACS 3. Normativa y parámetros característicos en la iluminación de los espacios. 4. Buenas prácticas o Mejoras en el rendimiento de los sistemas • Centralización • Elección de combustibles. Combustión y emisiones de CO₂ o Incorporación de energías renovables y/o gratuitas o Aplicaciones a la certificación o Futuro Energético. Edificios de "consumo casi nulo".

UF3. FUNDAMENTOS ARQUITECTÓNICOS Y CONSTRUCTIVOS. (5h) Acercamiento del alumno al proyecto de arquitectura, su contenido formal y definición constructiva. Interacción entre el edificio y el medio. Condiciones de confort higrotérmico y sistemas que los satisfacen. Contenidos: 1. Definición constructiva de los edificios • Como se construye. Conceptos básicos o Estructura y elementos sustentantes del edificio o La piel del edificio. Cerramientos y envolvente o Particiones interiores o Envolvente térmica • Sistemas constructivos. Definición constructiva de las diferentes soluciones que afectan a la envolvente o fachadas o cubiertas o medianerías (Concepto y tipos de medianerías en función de su comportamiento térmico, según los criterios de la HU) o muros en contacto con el terreno o forjados, soleras, losas, etc. o elementos singulares y de discontinuidad: huecos (tipos de vidrios y marcos), puentes térmicos (según el DA DB-HE / 3 puentes térmicos), etc... 2. Buenas prácticas o Control del consumo energético: Reducción de la demanda o Aplicaciones a la certificación 3. Documentación del proyecto de arquitectura • Normativa • Contenido y datos relevantes para la certificación energética

UF4 EDIFICIOS NUEVOS Y REHABILITACIONES: cumplimiento de CTE HE0 Y HE1 (10h) 1. HERRAMIENTA UNIFICADA HU LIDER- CALENER: GEOMETRÍA. • Fundamentos del manejo de HERRAMIENTA UNIFICADA • Criterios para el diseño eficiente en la edificación: introducción al ahorro energético • Ejercicio 0 con la aplicación: modelizado y simulación de una vivienda unifamiliar de nueva planta. 2. HERRAMIENTA UNIFICADA HU LIDER- CALENER: CUMPLIMIENTO HE0 y HE1 • Criterios orientativos previos encaminados al cumplimiento de HE0 y HE1. Aplicaciones específicas. • Justificación del cumplimiento

UF5 CERTIFICACIÓN ENERGÉTICA1. CALENER VYP (HU si se habilita) (40h) CALENER VYP (o HU si se habilita para la certificación). Certificación de edificios de vivienda y pequeño y mediano terciario. • Fundamentos del manejo de CALENER VYP • Toma de datos para la certificación. o Medición de transmitancias o Calibración de vidrios o Prácticas de termografía aplicada a la evaluación del comportamiento térmico de los cerramientos o Jornada práctica de toma de datos para una certificación real de un edificio terciario. • Compatibilidades con sistemas

comerciales de cálculo de instalaciones para la importación de geometría • Ejercicio 1 con la aplicación: Certificación de una vivienda unifamiliar existente. Propuestas de mejoras. • El informe de la certificación. Generación de informe con la aplicación, tratamiento de los datos e inclusión de todos los apartados exigidos por la normativa. Práctica de informe. • Ejercicio 2 con la aplicación: Certificación de un edificio multifamiliar de nueva planta. Variantes y mejoras al proyecto. Repaso del cumplimiento de HE0 y HE1. • Ejercicio 3 con la aplicación: Certificación de un edificio terciario existente para su rehabilitación térmica. Variantes y mejoras al proyecto.

UF6 CERTIFICACIÓN ENERGÉTICA 2. PROGRAMAS CE3 Y CE3X (35h) CE3X: • Introducción y ejemplo 0, módulos de medidas de mejora y análisis económico • Ejemplo 1 vivienda en bloque • Ejemplo 2 bloque de viviendas (realización por los alumnos y corrección) • Ejemplo 3: Pequeño terciario • Ejemplo 4 Gran terciario: realización por los alumnos y corrección) Visita instalaciones y tramitación de certificados CE3: • Introducción y ejemplo.

ESCUELA DE TECNOLOGÍAS Y SISTEMAS DE LA INFORMACIÓN. ÁREAS TÉCNICAS

Acción 1. DATA WAREHOUSE Y DATAMINING: PRINCIPIOS Y APLICACIONES

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	80	SI	SI

OBJETIVOS

Que el/la alumno/a descubra las bases de datos de soporte a la decisión y toda la problemática asociada tanto a su construcción y desarrollo como a la extracción de conocimiento de las mismas. De esta manera se profundizará en el proceso de descubrimiento en bases de datos o data Mining y se analizarán las principales técnicas para solventar proyectos de data mining.

Por otra parte se analizarán los data warehouses como bases de datos de soporte a la decisión y se estudiará en detalle todos los aspectos relativos a su construcción. Con todo ello se pretende que el alumno al final del curso pueda enfrentarse a un proyecto de data mining y de data Warehouse con los conocimientos suficientes pudiendo abordar cualquiera de sus fases de desarrollo.

PROGRAMA

UD 1: EL PROCESO DE DESCUBRIMIENTO DE CONOCIMIENTO EN BASES DE DATOS (10 h.) Esta unidad tiene como finalidad la descripción precisa del proceso de KDD. Las operaciones básicas se clasifican en tres fases: Operaciones de preparación de los datos. Se consideran dentro de este apartado las operaciones de integración y limpieza de los datos así como todas las operaciones de preprocesado que son necesarias ejecutar antes de la aplicación de un algoritmo a unos determinados datos. Operaciones de Data Mining. Se agrupan bajo esta denominación las operaciones básicas en que son susceptibles de ser divididos los algoritmos de Data Mining para la obtención de patrones. Estas operaciones tratan directamente con los datos de la base de datos. Operaciones de postprocesado o de presentación de resultados. Agrupa las operaciones que es necesario llevar a cabo después de las operaciones de obtención de patrones.

UD 2: EL CICLO DE DATA MINING: FASES Y TIPOS DE PROBLEMAS (10 h.) El objetivo de esta unidad es analizar los posibles tipos de problemas de data mining que nos podemos encontrar. Desde un análisis de posibles problemas reales en diferentes dominios el alumno aprenderá a identificar los tipos de problemas y sus características identificadoras. En un primer lugar dividiremos los problemas en descriptivos y predictivos y posteriormente ahondaremos en los posibles tipos: asociación, clustering, clasificación y predicción de valores. Fases del proceso de data Mining. Fase del procesamiento de los datos. La fase de data mining.

UD 3: TÉCNICAS DE DATAMINING (10 h.) El objetivo principal de esta unidad es analizar los problemas de clasificación o problemas predictivos. Se analizarán tanto las posibles técnicas para abordar estos problemas como las medidas para evaluar la calidad de los resultados obtenidos. Como representante de algoritmo de clasificación se analizarán en detalle los árboles de decisión. Problemas de clasificación y predicción 1. Problemas de clasificación y predicción 2. Análisis de segmentación clustering. Obtención de reglas de asociación en bases de datos CASO 1: CONSOLIDACIÓN DE DATA MINING (10 h.) El objetivo fundamental de este caso es recopilar todos los conocimientos analizados hasta el momento. El caso permitirá consolidar estos conocimientos al mismo tiempo que desvelará las dudas que todavía puedan quedar del proceso. Al final del caso los alumnos serán capaces de

analizar un problema, traducirlo a problema de data Ming y planificar las tareas del proceso de minería de datos que se han de realizar para conseguir el conocimiento deseado.

UD 4: CONCEPTOS BÁSICOS DE DATAWAREHOUSING (10 h.) Los Data Warehouse son los soportes de datos "ad hoc" para realizar tareas de Data Mining. Al finalizar el estudio de la presente unidad, se pretende que el alumno: Posea de modo claro el concepto de Data Warehouse y su utilidad, y sea capaz de analizar en detalle sus componentes

UD 5: DISEÑO DE LA BASE DE DATOS DE UN DATA WAREHOUSE (10 h.) Una vez analizado los componentes básicos de un Data Warehouse en esta unidad los alumnos aprenderán a diseñar bases de datos de soporte a procesos de decisión y analizarán las diferencias del diseño con respecto a bases de datos operacionales. Diseño multidimensional básico. Data Warehouses vs. Data Marts. Diseño multidimensional extendido. Metodología de bus común del data warehouse. Metodología data Warehouse 2.0.

UD 6: ARQUITECTURA DE UN DATA WAREHOUSE (10 h.) El alumno se ha familiarizado en las unidades anteriores con el concepto y estructura de un Data Warehouse así como del diseño de la base de datos de un data warehouse. Dando, pues, por sentado estos conocimientos previos, la unidad didáctica número 10 pretende la exposición clara de sus aspectos operacionales, en concreto: • Funcionamiento de un Data Warehouse • Aspectos de su implantación CASO 2: CONSOLIDACIÓN DE DATA WAREHOUSE (10 h.) Una vez más el caso de consolidación permitirá al alumno consolidar los conocimientos adquiridos hasta el momento. En el caso de estudio el alumno diseñará un pequeño datawarehouse y tomará decisiones en cuanto a su implantación y arquitectura

Acción 2. DESARROLLO DE INTERFACES WEB RIA CON AJAX Y JAVA

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	110	SI	SI

OBJETIVOS

Este curso pretende formar al alumno en las principales tecnologías asociadas al desarrollo Web empresarial, abordando el desarrollo de interfaces de Aplicaciones Web RIA (del inglés Rich Internet Applications), y conociendo su historia, sus beneficios, sus inconvenientes, así como una lista de diferentes plataformas disponibles para crear RIAs, prestando fundamental atención al conjunto de tecnologías que conforman AJAX (Asynchronous Java Script + XML), y que serán el núcleo del curso.

Se aprenderá a desarrollar aplicaciones AJAX con Java desde cero, para permitir al alumno consolidar conocimientos poco a poco, incrementando poco a poco su dificultad con el objetivo al finalizar el curso de que el alumno se encuentre en disposición de enfrentarse al desarrollo de cualquier aplicación AJAX, utilizando para ello las librerías AJAX más populares y potentes del mercado.

PROGRAMA

1. INTRODUCCIÓN A LAS INTERFACES DE APLICACIONES WEB RIA. (5h) Objetivo general: En este módulo el alumno aprenderá qué son las Interfaces de Aplicaciones Web RIA, conociendo su historia, sus beneficios, y sus inconvenientes, a la vez que conocerá algunas de las diferentes plataformas tecnológicas disponibles para crear RIAs, centrándose en AJAX. Objetivos específicos • Conocer la historia de las RIAs. • Descubrir algunos de sus beneficios. • Ser conscientes de sus restricciones. • Conocer qué tecnologías existen, si bien el curso se centrará en una de ellas: AJAX. Contenidos Historia de las RIAs Beneficios de las RIAs Restricciones de las RIAs Diferentes tecnologías RIA

2. AJAX. Asynchronous JavaScript + XML. (5h) Objetivo general: El/la alumno/a aprenderá los conocimientos básicos de AJAX, que le permitirán construir aplicaciones Web dinámicas con una interacción asíncrona con el servidor, obteniendo resultados mucho más ricos que los conseguidos con el modelo Web tradicional. Objetivos específicos Entender qué es AJAX. Aprender qué tecnologías conforman AJAX. Comprender qué es lo que hace diferente a AJAX. Preparar el ordenador para seguir adecuadamente este curso. Contenidos Introducción a AJAX Modelos de aplicación Web AJAX. Interacción asíncrona Preparación del ordenador del alumno para seguir el curso

3. DESARROLLO DE UN PRIMER EJEMPLO EN AJAX CON JAVA. (15 h) Objetivo general Al finalizar este módulo el alumno habrá sido capaz de desarrollar un primer ejemplo con AJAX y Java, el cual le permitirá comprender los aspectos básicos de AJAX necesarios para afrontar desarrollos más avanzados. Objetivos específicos Aprender los aspectos básicos de la comunicación asíncrona cliente/servidor Realizar una primera aplicación Web AJAX. Contenidos AJAX básico en el lado cliente: JavaScript y HTML Ejemplo de servidor: un Servlet

4. XML en AJAX. (20 h.) Objetivo general Al finalizar este módulo el alumno conocerá los distintos mecanismos y lenguajes de transmisión de datos (basados en XML) de forma estructurada en AJAX, los cuales le permitirán manejar grandes volúmenes de información de forma sencilla. Objetivos específicos Ilustrar lo sencillo que resulta utilizar XML en AJAX para procesar el flujo de información entre cliente y servidor. Aprender a utilizar librerías destinadas a manejar datos en XML, como JDOM. Incrementar la funcionalidad del ejemplo desarrollado en el módulo anterior. Contenidos Intercambio de datos con XML Intercambio de datos con JSON

5. LIBRERÍAS JAVASCRIPT PARA AJAX Y RIAS. (30 h.) Objetivo general Al finalizar este modulo el alumno conocerá el uso de varios frameworks de desarrollo en JavaScript. Esto, junto con el uso de la tecnología AJAX, permitirá la creación de aplicaciones web ricas en funcionalidad e interfaz de usuario. Objetivos específicos Aprender a usar los frameworks de desarrollo prototype, script.aculo.us y dojo para JavaScript Aprender a implementar la parte cliente de las aplicaciones web mediante estos frameworks, de forma que se pueda desarrollar aplicaciones Web ricas en funcionalidad de forma sencilla. Contenidos Principales librerías JavaScript para AJAX Prototype Script.aculo.us

6. TOOLKITS JAVA PARA AJAX. (35 h.) Objetivo general El alumno aprenderá las distintas opciones existentes para crear aplicaciones AJAX minimizando la necesidad de programar clientes en JavaScript, por medio del uso de librerías y tecnologías que se centran en el desarrollo en el lado del servidor. Objetivos específicos Aprender a crear aplicaciones Java accesibles mediante clientes AJAX haciendo uso de la tecnología Direct Web Remoting (DWR). Contenidos Introducción a los frameworks de servidor para AJAX Integrando Java y AJAX: Direct Web Remoting (DWR)

Acción 6. INTRODUCCION A LOS SISTEMAS DE INFORMACION INTEGRADOS (ERP)

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	100	SI	SI

OBJETIVOS

Desde hace unos años se viene observando en el campo de los Sistemas de Información en la Empresa una clara evolución hacia Soluciones Integradas de apoyo a su gestión, cuyo reflejo más claro lo constituyen las soluciones conocidas como ERP (Enterprise Resource Plannings). Los ERPs ya han dejado de ser una moda y han pasado a ser una herramienta de productividad que cada vez se hace más necesaria en las grandes empresas, y que está empezando a ser demandada por las empresas de tamaño pequeño y mediano. Asimismo el concepto ERP ha evolucionado en los últimos años desde el de una aplicación que da soporte a los procesos internos de una empresa al de una solución que rebasa las barreras de la misma para dar soporte a las relaciones con proveedores y clientes, pasándose a hablar de ERP extendido.

El objetivo de este curso, se centra en revisar los conceptos básicos sobre las soluciones ERP y en analizar la adecuación de su uso como soporte a la gestión en la empresa. Asimismo, se estudian diferentes herramientas existentes en el mercado y se profundiza (de forma relativa, teniendo en cuenta la extensión del curso) en una de las soluciones líderes en el ámbito de los ERPs como es R/3 de SAP.

Los objetivos específicos que persigue el curso para los alumnos son:

- Interiorizar la necesidad de integración entre el Sistema de Información y la Empresa
- Que sean conscientes de las posibilidades que diferentes tipos de sistemas de información aportan a las organizaciones y las consideraciones a realizar ante la implantación de un sistema de información en una organización.
- Asimilar el concepto de ERP, y las características de los Sistemas de Información Integrados resaltando las características del software en que se apoyan.
- Analizar la aplicabilidad de los Sistemas de Información Integrados, ERP's, a diferentes tipos de empresas según sectores de actividad y volumen, así como los beneficios que puede reportar la introducción de los Sistemas de Información Integrados en las organizaciones.
- Analizar los inconvenientes que conlleva la implantación de una solución ERP en las empresas y las tendencias que se están siguiendo en el ámbito de los ERP.
- Conocer los aspectos básicos de la solución ERP de SAP (R3) y de los factores clave de su éxito.
- Analizar las características tecnológicas esenciales de R3 de SAP, así como las líneas generales de su evolución y de los desarrollos específicos para PYMES.
- Obtener una visión global del soporte ofrecido por la funcionalidad de la solución R3 de SAP a la actividad empresarial y las posibilidades que R3 ofrece en cuanto a soluciones sectoriales.
- Obtener una visión global de lo que suponen los proyectos de implantación de R/3 de SAP.
- Conocer los problemas típicos con que nos podemos encontrar en una implantación.

- Analizar las razones que inducen al desarrollo de los Sistemas de Información para la Gestión de Relaciones con Clientes (CRM).
- Asimilar el concepto de CRM, sus características y las del software en que se apoyan.
- Conocer algunas soluciones CRM existentes en el mercado.
- Asimilar el concepto de SCM y han analizado algunas soluciones SCM existentes en el mercado.

PROGRAMA

UD 1 LA NECESIDAD DE INTEGRACIÓN ENTRE EL SISTEMA DE INFORMACIÓN Y LA EMPRESA (10 h.) • Establecer el marco conceptual sobre el que basar el análisis de los SI integrados ERPs. • Resaltar las posibilidades que diferentes tipos de sistemas de información aportan a las organizaciones y las consideraciones a realizar ante la implantación de un sistema de información en una organización.

UD 2 INTRODUCCIÓN DE LOS ERP'S. CONCEPTOS BÁSICOS (10 h.) • Analizar las razones que causan la aparición de los Sistemas de Información Integrados ERPs (Enterprise Resource Planning). • Definir el concepto de ERP, y analizar las características de los Sistemas de Información Integrados resaltando las características del software en que se apoyan.

UD 3 PRINCIPALES APORTACIONES DE LOS ERP'S A LA GESTIÓN EMPRESARIAL (10 h.) • Analizar la aplicabilidad de los Sistemas de Información Integrados, ERPs, a diferentes tipos de empresas según sectores de actividad y volumen, así como los beneficios que puede reportar la introducción de los Sistemas de Información Integrados en las organizaciones. • Resaltar los inconvenientes que conlleva la implantación de una solución ERP en las empresas y las tendencias que se están siguiendo en el ámbito de los ERP.

UD 4 DIFERENTES SOLUCIONES EN EL MERCADO (10 h.) • Presentar la oferta de aplicaciones ERP existente a nivel mundial y en el mercado español, así como algunos de los productos enfocados al mercado de las Pymes. • Analizar algunas herramientas ofertadas por distintos fabricantes en nuestro país.

UD 5 LA OPCIÓN DEL LÍDER: SAP R/3. ASPECTOS GENERALES (10 h.) • Dar a conocer los aspectos básicos de la solución ERP de SAP (R3) y analizar los factores clave de su éxito. • Analizar las características tecnológicas esenciales de R3 de SAP, así como las líneas generales de su evolución y de los desarrollos específicos para PYMES.

UD 6 FUNCIONALIDAD DE SAP R/3 (10 h.) • Proporcionar una visión global del soporte ofrecido por la funcionalidad de la solución R3 de SAP a la actividad empresarial y las posibilidades que R3 ofrece en cuanto a soluciones sectoriales. • Mostrar las posibilidades que R3 ofrece a nivel de actividad departamental y a nivel de procesos que sobrepasan las barreras departamentales.

UD 7 PROYECTOS DE IMPLANTACIÓN (10 h.) • Resaltar la necesidad de realizar un análisis previo antes de acometer una implantación de un ERP. • Proporcionar una visión global de lo que suponen los proyectos de implantación de R/3 de SAP, mostrando la metodología propia de SAP para la implantación del software R/3 en un entorno empresarial. • Revisar los problemas típicos con que nos podemos encontrar en una implantación.

UD 8 CASO PRÁCTICO (10 h.) • Trabajar en equipo un caso centrado en un proyecto de implantación de una solución ERP en una compañía.

UD 9 EL ERP EXTENDIDO (I). CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT – GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON EL CLIENTE (10 h.) • Analizar las razones que inducen al desarrollo de los Sistemas de Información para la Gestión de Relaciones con Clientes (CRM). • Definir el concepto de CRM, aclarando el tipo de sistema de información al que estamos haciendo referencia y analizar la evolución que ha experimentado. • Analizar las características de los Sistemas CRM y resaltar las características del software en que se apoyan. • Resaltar los aspectos clave a tener en cuenta en la implantación de una solución CRM. • Analizar algunas soluciones CRM existentes en el mercado.

UD 10 EL ERP EXTENDIDO (II) SCM (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT – GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO (10 h.) • Analizar los retos a los que se enfrentan hoy las empresas y que causan la aparición de los Sistemas de Información para la Gestión de la Cadena de Suministros (SCM). • Definir el concepto de SCM y analizar los beneficios que puede aportar a las organizaciones. • Analizar algunas soluciones SCM existentes en el mercado.

Acción 7. TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION PARA LA GESTION EMPRESARIAL

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	100	SI	SI

OBJETIVOS

Hoy en día todas las empresas deben prestar una atención especial a los procesos de manejo de información en que se ve implicada. Esta necesidad se encuentra presente en todas las actividades que tienen lugar en el desempeño de las funciones y procesos de negocio, desde la planificación y definición de objetivos hasta el control de consecución de los mismos. Las distintas soluciones que analizaremos en este curso se centran en dar soporte a esas funciones y esos procesos tanto de forma individualizada en algunos casos como de forma integral en otros.

Desde esta visión, los objetivos clave del curso son:

- Resaltar la importancia de la información como factor estratégico que es necesario gestionar adecuadamente en las organizaciones.
- Analizar los distintos tipos de soluciones en el campo de los Sistemas de Información para la Gestión, teniendo en cuenta las funciones y los procesos de negocio a los que dan soporte tanto.
- Revisar las características principales, las implicaciones para la empresa y las tecnologías que dan soporte a los principales Sistemas de Información para la Gestión de la Empresa.

PROGRAMA

UD 1. LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN COMO FACTOR ESTRATÉGICO (10 h) Resaltar el carácter estratégico que adquiere hoy una adecuada gestión de la información en el ámbito empresarial. Establecer el marco conceptual sobre el que basar nuestro análisis de los sistemas de información para la gestión. Resaltar las posibilidades que diferentes tipos de sistemas de información aportan a las organizaciones

UD 2. COMERCIO ELECTRÓNICO (10 h) Presentar el concepto de comercio electrónico y analizar las implicaciones que tiene para la empresa. Conocer los escenarios bajos los que se puede desarrollar el comercio electrónico. Realizar una revisión de algunos aspectos tecnológicos fundamentales para la implantación de aplicaciones y sistemas de comercio electrónico. Analizar algunos aspectos relativos a la seguridad. Resaltar diversos entornos en los que se desarrollan sistemas de comercio electrónico.

UD 3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN INTEGRADOS (ERP) (10 h) Analizar las razones que causan la aparición de los Sistemas de Información Integrados ERP (Enterprise Resource Planning), las cuáles enlazan con las necesidades que cubren en la empresa. Definir el concepto de ERP, aclarando el tipo de sistema de información al que estamos haciendo referencia. Analizar las características de los Sistemas de Información Integrados. Resaltar las características del software en que se apoyan. Analizar los beneficios que puede reportar la introducción de los Sistemas de Información Integrados en las organizaciones. Resaltar los inconvenientes que conlleva la implantación de una solución ERP en las empresas.

UD 4. SISTEMAS PARA LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON CLIENTES (CRM) (10 h) Analizar las razones que inducen al desarrollo de los Sistemas de Información para la Gestión de Relaciones con Clientes (CRM). Definir el concepto de CRM, aclarando el tipo de sistema de información al que estamos haciendo referencia y analizar la evolución que ha experimentado. Analizar las características de los Sistemas CRM y resaltar las características del software en que se apoyan. Resaltar los aspectos clave a tener en cuenta en la implantación de una solución CRM. ? Analizar algunas soluciones CRM existentes en el mercado.

UD 5. SISTEMAS PARA LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO (SCM) (10 h) Analizar los retos a los que se enfrentan hoy las empresas y que causan la aparición de los Sistemas de Información para la Gestión de la Cadena de Suministros (SCM). Definir el concepto de SCM y analizar los beneficios que puede aportar a las organizaciones. Analizar algunas soluciones SCM existentes en el mercado.

UD 6. SISTEMAS ORIENTADOS A LA GESTIÓN DE FLUJOS DE TRABAJO (WF) (10 H) Profundizar en la definición conceptual de los sistemas de gestión de flujo de trabajo o sistemas workflow. Realizar una revisión terminológica que permita construir la base para profundizar posteriormente en la caracterización de este tipo de sistemas. Analizar algunos aspectos tecnológicos de los sistemas de gestión de flujo de trabajo, con una revisión de la arquitectura y de las tecnologías básicas que se utilizan como soporte.

UD 7. HERRAMIENTAS DE TRABAJO EN GRUPO (GROUPWARE) Y SISTEMAS DE GESTIÓN DOCUMENTAL (GD) (10 h) Estudiar diversos sistemas y tecnologías de la información que tienen como objetivo el soporte de los mecanismos de cooperación, coordinación y comunicación en las empresas, como son los sistemas de gestión documental, y haciendo especial hincapié en las herramientas de trabajo en grupo, groupware.

UD 8. SISTEMAS PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO (GC) (10 h) Revisar los elementos que caracterizan la Gestión del Conocimiento dentro de las empresas. Conocer cuál es el proceso para la implantación de prácticas de gestión del conocimiento en las empresas. Analizar los sistemas que dan soporte a la gestión del conocimiento.

UD 9. EL CONCEPTO DE PORTAL EMPRESARIAL (BP) (10 h) Analizar las razones que causan la aparición de los Portales Empresariales (Business Portals), como herramientas integradoras de sistemas de información. Definir el concepto de Portal Empresarial, aclarando el tipo de sistema de información al que estamos haciendo referencia. Analizar las características de los Portales Empresariales. Analizar la aplicabilidad y los beneficios que puede reportar la introducción de los Portales Empresariales en las organizaciones.

UD 10. CASO PRÁCTICO DE INTEGRACIÓN (10 h) Trabajar en equipo un caso práctico en el que se integren los conceptos manejados a lo largo del curso.

Acción 8. CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE PROJECT MANAGEMENT. Primer ciclo

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	150	SI	SI

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de este curso es lograr que el alumno alcance, al finalizar el curso los conocimientos y destrezas necesarias para definir, planificar y controlar el proyecto que lideran, siendo capaces de implantarlo en la empresa en la que desarrollen su actividad, dando soluciones a los problemas que se puedan plantear en la misma.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la Metodología de la dirección de proyectos desde un enfoque integral, desarrollando efectivamente las distintas fases del Proyecto.
- Conseguir un enfoque estratégico para la dirección de un Proyecto.
- Aprender a valorar el tiempo organizándose mediante el proyecto que haya elaborado
- Conocer la dinámica de su organización por medio de la realización de diagnósticos en clave estratégica.
- Identificar un conflicto significativo y aprender a formular un proyecto o proyectos que lo resuelva.
- Aprender a contextualizar la actividad del Project Management.
- Conocer distintas herramientas utilizadas por el Project Management.
- Aprender a trabajar en un equipo multidisciplinar de proyectos.
- Generar informes escritos vinculados a la dirección de proyectos.
- Conocer las principales fuentes de información en Project Management.
- Saber quién es quién en Project Management o Gestión y Dirección de Proyectos.

PROGRAMA

MÓDULO 1: GESTIÓN DE PROYECTOS DURACIÓN TOTAL: 20 HORAS DURACIÓN TEÓRICA: 15 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 5 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Concepto de Proyecto. 2. Organización y Ciclo de Vida del Proyecto. 3. Procesos de la Gestión de Proyectos. **CONTENIDO PRÁCTICO** Relacionar y aplicar los fundamentos básicos de Gestión de Proyectos y Plan de Proyectos. Utilizar el vocabulario común en la Gestión de Proyectos. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 2: GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN DURACIÓN TOTAL: 30 HORAS DURACIÓN TEÓRICA: 25 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 5 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de la Integración. 2. Desarrollar el Acta del Proyecto. 3. Desarrollar el Plan de Gestión del Proyecto. 4. Dirigir y Gestionar la Ejecución del Proyecto. 5. Monitorizar y Controlar la Ejecución del Proyecto. 6. Realizar el Control Integrado de Cambios. 7. Cerrar el Proyecto o la Fase. **CONTENIDO PRÁCTICO** Elaborar un proyecto de un negocio, teniendo en cuenta su origen, portafolios y programas... y aspectos como: metodología, subproyectos, estructura de la organización...

Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 3: GESTIÓN DEL ALCANCE DURACIÓN TOTAL: 20 HORAS DURACIÓN TEÓRICA: 15 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 5 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión del Alcance. 2. Planificar la Gestión del Alcance. 3. Recopilar Requerimientos. 4. Definir el Alcance. 5. Crear la Estructura de Descomposición del Trabajo (EDT). 6. Validar el Alcance. 7. Controlar el Alcance. **CONTENIDO PRÁCTICO** Relacionar las características y especificaciones del ciclo de vida de los proyectos con el objeto de gestionar en el ámbito de trabajo aplicando para ello las definiciones de los elementos que componen el proyecto. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 4: GESTIÓN DE LOS TIEMPOS DURACIÓN TOTAL: 20 HORAS DURACIÓN TEÓRICA: 15 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 5 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de los Tiempos. 2. Planificar la Gestión del Cronograma. 3. Definir las Actividades. 4. Secuenciar las Actividades. 5. Estimar los Recursos de las Actividades. 6. Estimar las Duraciones de las Actividades. 7. Desarrollar el Cronograma. 8. Controlar el Cronograma. **CONTENIDO PRÁCTICO** Describir la fase de inicio y planificación para poder aplicar y efectuar el proyecto adecuadamente. Desarrollar el Acta de Constitución de una empresa. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 5: GESTIÓN DE LOS COSTES DURACIÓN TOTAL: 30 HORAS DURACIÓN TEÓRICA: 25 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 5 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de los Costes. 2. Planificar la Gestión de los Costes. 3. Estimar los Costes. 4. Determinar el Presupuesto. 5. Controlar los Costes **CONTENIDO PRÁCTICO** Relacionar las diferentes fases que componen un proyecto estableciendo una adecuada gestión del tiempo. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 6: GESTIÓN DE LA CALIDAD DURACIÓN TOTAL: 30 HORAS DURACIÓN TEÓRICA: 25 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 5 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de la Calidad. 2. Planificar la Gestión de la Calidad. 3. Realizar el Aseguramiento de la Calidad. 4. Controlar la Calidad. **CONTENIDO PRÁCTICO** Programar y evaluar los costes de un proyecto para una correcta aplicación y ejecución del mismo. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía, etc.

Acción 10. CERTIFICACIONES INTERNACIONALES DE PROJECT MANAGEMENT. Segundo ciclo

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	120	SI	SI

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de este curso es lograr que el alumno alcance, al finalizar el curso los conocimientos y destrezas necesarias para definir, planificar y controlar el proyecto que lideran, siendo capaces de implantarlo en la empresa en la que desarrollen su actividad, dando soluciones a los problemas que se puedan plantear en la misma.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la Metodología de la dirección de proyectos desde un enfoque integral, desarrollando efectivamente las distintas fases del Proyecto.
- Conseguir un enfoque estratégico para la dirección de un Proyecto.
- Aprender a valorar el tiempo organizándose mediante el proyecto que haya elaborado
- Conocer la dinámica de su organización por medio de la realización de diagnósticos en clave estratégica.
- Identificar un conflicto significativo y aprender a formular un proyecto o proyectos que lo resuelva.
- Aprender a contextualizar la actividad del Project Management.
- Conocer distintas herramientas utilizadas por el Project Management.

- Aprender a trabajar en un equipo multidisciplinar de proyectos.
- Generar informes escritos vinculados a la dirección de proyectos.
- Conocer las principales fuentes de información en Project Management.
- Saber quién es quién en Project Management o Gestión y Dirección de Proyectos.

PROGRAMA

MÓDULO 1: GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS DURACIÓN TOTAL: 30 HORAS. DURACIÓN TEÓRICA: 20 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 10 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de los RR.HH. 2. Planificar la Gestión de los RR.HH. 3. Adquirir el Equipo del Proyecto. 4. Desarrollar el Equipo del Proyecto. 5. Gestionar el Equipo del Proyecto. **CONTENIDO PRÁCTICO** Identificar y programar los riesgos que intervienen en un proyecto, efectuando un análisis cuantitativo y cualitativo de los mismos. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 2: GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES DURACIÓN TOTAL: 20 HORAS. DURACIÓN TEÓRICA: 15 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 5 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de las Comunicaciones. 2. Planificar la Gestión de las Comunicaciones. 3. Gestionar las Comunicaciones. 4. Controlar las Comunicaciones. **CONTENIDO PRÁCTICO** Describir los métodos y procedimientos necesarios para efectuar la gestión de la calidad de un proyecto. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 3: GESTIÓN DE LOS RIESGOS DURACIÓN TOTAL: 20 HORAS. DURACIÓN TEÓRICA: 15 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 5 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de los Riesgos. 2. Planificar la Gestión de los Riesgos. 3. Identificar los Riesgos. 4. Realizar el Análisis Cualitativo de Riesgos. 5. Realizar el Análisis Cuantitativo de Riesgos. 6. Planificar las Respuestas a los Riesgos. 7. Controlar los Riesgos. **CONTENIDO PRÁCTICO** Programar la información y documentación necesaria destacando la importancia de la comunicación en un proyecto. Analizar los stakeholders en una situación determinada. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 4: GESTIÓN DE LAS ADQUISICIONES DURACIÓN TOTAL: 25 HORAS. DURACIÓN TEÓRICA: 15 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 10 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de las Adquisiciones. 2. Planificar la Gestión de las Adquisiciones. 3. Realizar las Adquisiciones. 4. Controlar las Adquisiciones. 5. Cerrar las Adquisiciones. **CONTENIDO PRÁCTICO** Relacionar y aplicar los diferentes recursos de un proyecto, así como las principales herramientas necesarias para la gestión de los recursos humanos. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía, etc.

MÓDULO 5: GESTIÓN DE LOS INTERESADOS DURACIÓN TOTAL: 25 HORAS. DURACIÓN TEÓRICA: 15 HORAS DURACIÓN PRÁCTICA: 10 HORAS CONTENIDO TEÓRICO: 1. Introducción a la Gestión de los Interesados. 2. Identificar a los Interesados. 3. Planificar la Gestión de los Interesados. 4. Gestionar el Compromiso de los Interesados. 5. Controlar el Compromiso de los Interesados. **CONTENIDO PRÁCTICO** Describir y ejecutar las tareas y procedimientos necesarios para la elaboración del proyecto. Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

Acción 12. PROJECT MANAGEMENT. ESPECIALIZACIÓN

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	20	SI	SI

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Profundizar en los procesos que lleva a cabo un Project Manager.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Aplicar la metodología SCRUM a la gestión de proyectos profesionales.

- Conocer el enfoque Agile de la gestión de proyectos.
- Llevar a cabo los controles y mediciones necesarios para el control de calidad.

PROGRAMA

MÓDULO 1: SCRUM: FUNDAMENTOS Y ELEMENTOS. Duración total: 6 horas. Duración teórica: 4 horas. Duración práctica: 2 horas. Contenido teórico: 1. SCRUM: fundamentos y elementos. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 2: EL CICLO DE DESARROLLO ÁGIL. Duración total: 6 horas. Duración teórica: 4 horas. Duración práctica: 2 horas. Contenido teórico: 1. El Ciclo de desarrollo ágil. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 3: RESPONSABILIDADES DEL PROYECTO. Duración total: 4 horas. Duración teórica: 2 horas. Duración práctica: 2 horas. Contenido teórico: 1. Responsabilidades del proyecto. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

MÓDULO 4: PROCESOS DE CONTROL Y MEDICIÓN. Duración total: 4 horas. Duración teórica: 2 horas. Duración práctica: 2 horas. Contenido teórico: 1. Procesos de control y medición. Contenido práctico: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,...

Acción 21. CREACIÓN, PROGRAMACIÓN Y DISEÑO DE PÁGINAS WEB CON HTML5 Y CSS3

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	210	SI	SI

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Que el alumno sea capaz de diseñar, crear, programar páginas WEB y aprender los fundamentos para posicionarlas ventajosamente, al objeto de acceder a los perfiles profesionales más demandado en su sector. También se pretenden conseguir los objetivos del plan asociados al ámbito sectorial de empresas de publicidad y afines:

- Potenciar el aprendizaje permanente a través de una oferta formativa basada en el Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.
- Adquirir nuevos conocimientos que permitan a los trabajadores la mejora de sus cualificaciones, el mantenimiento del empleo, la promoción profesional y la posibilidad de cambio de actividad.
- Atender las necesidades formativas de los trabajadores y empresarios que conforman el sector como factor imprescindible de estabilidad, mejora profesional y competitividad.
- Concienciar a los trabajadores y empresarios de la necesidad de un continuo reciclaje profesional mostrando las ventajas y beneficios de los nuevos modos, herramientas y sistemas de trabajo.
- Conseguir un sector más dinámico, abierto, moderno y competitivo, a través de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, y la creación, gestión, producción audiovisual y distribución de contenidos digitales.
- Incorporar la eficacia en la gestión empresarial del sector utilizando nuevas técnicas de planificación, dirección, organización y control.
- Incorporar una cultura de calidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo.

El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Aplicar los conocimientos adquiridos en su ámbito profesional, creando páginas web, utilizando las técnicas más avanzadas de programación WEB a través de los estándares HTML 5 y CSS3.
- Conocer y aplicar el lenguaje javascript. A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

MÓDULO I. FUNDAMENTOS DE JAVASCRIPT. Contenidos teóricos: 60 Horas Contenidos prácticos: 50 horas

UNIDAD DIDÁCTICA 1: INTRODUCCIÓN Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 1.1. La evolución de la Web 1.2. Estándares web 1.3. HTML5 y CSS3 1.4. JavaScript

UNIDAD DIDÁCTICA 2: INTRODUCCIÓN A JAVASCRIPT Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 2.1. La etiqueta (script) 2.2. Contenido alternativo 2.3. Variables 2.4. Tipos de datos 2.5. Operadores 2.6. Cuadros de diálogo

UNIDAD DIDÁCTICA 3: FUNDAMENTOS DE PROGRAMACIÓN Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 3.1. Estructuras de decisión 3.2. Expresiones lógicas 3.3. Estructuras de repetición 3.4. Definir funciones 3.5. Llamar funciones 3.6. Ámbito de las variables

UNIDAD DIDÁCTICA 4: OBJETOS Y ARRAYS EN JAVASCRIPT Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 4.1. Introducción 4.2. La jerarquía de objetos 4.3. Propiedades y eventos 4.4. Métodos 4.5. Arrays

UNIDAD DIDÁCTICA 5: LOS OBJETOS LOCATION E HISTORY Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 5.1. ¿Qué es una URL? 5.2. El objeto location 5.3. Actualizando la dirección 5.4. El objeto history

UNIDAD DIDÁCTICA 6: EL OBJETO DOCUMENT Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 6.1. Introducción 6.2. La propiedad title 6.3. El método write 6.4. El conjunto images

UNIDAD DIDÁCTICA 7: EL OBJETO FORM Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 7.1. Formularios HTML 7.2. El conjunto forms 7.3. La propiedad elements 7.4. Validar la información 7.5. ¿Cuándo realizar la validación? 7.6. Tipos de validación

UNIDAD DIDÁCTICA 8: MODELO DE OBJETOS DEL DOCUMENTO (DOM) Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 8.1. El árbol del documento 8.2. Tipos de nodos y de relaciones 8.3. Obtener elementos 8.4. Obtener y establecer atributos

UNIDAD DIDÁCTICA 9: MANIPULACIÓN DEL DOM Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 9.1. Recorrer el árbol del documento 9.2. Modificar el valor de los nodos 9.3. Crear, eliminar y reemplazar nodos 9.4. El método innerHTML 9.5. Modificar el formato dinámicamente

UNIDAD DIDÁCTICA 10: BUENAS PRÁCTICAS Contenidos teóricos: 6 Contenidos prácticos: 5 10.1. Separar estructura y comportamiento 10.2. Añadir los manejadores de evento 10.3. Detectar características de los navegadores 10.4. Ejemplo: Una galería fotográfica 10.5. Ejemplo: La estructura de la página 10.6. Ejemplo: El código JavaScript.

MÓDULO II. HTML5 Y CSS3. Contenidos teóricos: 56 horas Contenidos prácticos: 44 horas

UNIDAD DIDÁCTICA 1: ELEMENTOS ESTRUCTURALES DE HTML5 Contenidos teóricos: 7 Contenidos prácticos: 5 1.1. Doctype de HTML5 1.2. Evitando elementos div 1.3. Descripción de los elementos estructurales HTML5 1.4. Aplicar los elementos estructurales HTML5 1.5. Modificar la hoja de estilo en cascada

UNIDAD DIDÁCTICA 2: TRABAJANDO CON ESQUEMAS HTML5 Contenidos teóricos: 7 Contenidos prácticos: 5 2.1. Aplicar estilo a los elementos estructurales HTML5 2.2. Otros elementos semánticos de HTML5 2.3. Elementos article anidados 2.4. El esquema del documento

UNIDAD DIDÁCTICA 3: FORMULARIOS HTML5 Contenidos teóricos: 7 Contenidos prácticos: 6 3.1. Introducción 3.2. Nuevos controles de formulario 3.3. Nuevos atributos 3.4. Compatibilidad con navegadores antiguos

UNIDAD DIDÁCTICA 4: DIBUJAR CON EL ELEMENTO CANVAS (PARTE 1) Contenidos teóricos: 7 Contenidos prácticos: 6 4.1. Introducción 4.2. Una interfaz de dibujo 2D 4.3. Dibujar rectángulos 4.4. Dibujar trazados 4.5. Colores de trazo y de relleno

UNIDAD DIDÁCTICA 5: DIBUJAR CON EL ELEMENTO CANVAS (PARTE 2) Contenidos teóricos: 7 Contenidos prácticos: 6 5.1. Estilos de línea 5.2. Gradientes 5.3. Patrones 5.4. Dibujar imágenes 5.5. Dibujar texto

UNIDAD DIDÁCTICA 6: VÍDEO Y AUDIO EN HTML5 Contenidos teóricos: 7 Contenidos prácticos: 5 6.1. Reproducción sin plugin 6.2. La etiqueta (video) 6.3. Formatos y códecs de vídeo 6.4. Códecs de audio 6.5. La etiqueta (audio) 6.6. API multimedia

UNIDAD DIDÁCTICA 7: INTRODUCCIÓN A CSS3 (PARTE 1) Contenidos teóricos: 7 Contenidos prácticos: 6 7.1. La evolución que representa CSS3 7.2. Nuevos selectores CSS3 7.3. Esquinas redondeadas y sombras 7.4. Colores 7.5. Gradientes de color

UNIDAD DIDÁCTICA 8: INTRODUCCIÓN A CSS3 (PARTE 2) Contenidos teóricos: 7 Contenidos prácticos: 5 8.1. Incrustación de fuentes 8.2. Dónde obtener fuentes 8.3. Múltiples imágenes de fondo 8.4. Transiciones 8.5. Transformaciones.

Acción 22. PHOTOSHOP Y PRODUCCIÓN DIGITAL CS6

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	210	SI	SI

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Conocer las técnicas de edición y retoque de imágenes, herramientas y procesos de elaboración a través del programa Adobe Photoshop CS6. Llevar a cabo la digitalización de imágenes procedentes de diversos soportes físicos. Mejorar sus posibilidades en la realización de tareas de digitalización y tratamiento de la imagen. Conocer la versatilidad y practicidad de unas herramientas que abunden en la mejora de sus competencias profesionales dentro de su puesto de trabajo.

También se pretenden conseguir los objetivos del plan asociados al ámbito sectorial de empresas de publicidad y afines:

- Potenciar el aprendizaje permanente a través de una oferta formativa basada en el Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales.
- Adquirir nuevos conocimientos que permitan a los trabajadores la mejora de sus cualificaciones, el mantenimiento del empleo, la promoción profesional y la posibilidad de cambio de actividad.
- Atender las necesidades formativas de los trabajadores y empresarios que conforman el sector como factor imprescindible de estabilidad, mejora profesional y competitividad.
- Concienciar a los trabajadores y empresarios de la necesidad de un continuo reciclaje profesional mostrando las ventajas y beneficios de los nuevos modos, herramientas y sistemas de trabajo.
- Conseguir un sector más dinámico, abierto, moderno y competitivo, a través de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, y la creación, gestión, producción audiovisual y distribución de contenidos digitales.
- Incorporar la eficacia en la gestión empresarial del sector utilizando nuevas técnicas de planificación, dirección, organización y control.
- Incorporar una cultura de calidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo.

El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Conocer el espacio de trabajo de Photoshop y las técnicas básicas de edición de imágenes: dibujo con distintas herramientas, trabajo con capas, corrección del color, retoque de imágenes e impresión.

- Conocer las herramientas y procesos de trabajo con Photoshop sofisticados o avanzados: trabajo con capas, modelos y modos de color, canales, máscaras, filtros, ajustes, automatización de tareas, gestión del color, escaneado de imágenes, etc.
- Conocer las posibilidades de Photoshop en cuanto a la preparación de imágenes dirigidas a la Web, animaciones, vídeo y objetos 3D.
- Conocer los modos de digitalización utilizados en función del tipo de información que se necesite escanear: aplicación de destramados, entradas específicas de modo de color elegido, etc.
- Conocer los controles y compensación del color para la mejora de documentos gráficos con una calidad de imagen insuficiente.

A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Curso de edición de imágenes utilizando la aplicación Adobe Photoshop CS6. El curso se divide en dos partes: en la primera se estudian las técnicas de edición y retoque de imágenes más básicas. En la segunda se muestran herramientas y procesos de elaboración más sofisticados y complejos.

CONTENIDOS

Módulo 1: Adobe Photoshop CS6 Básico (100 horas) Contenidos teóricos: 35 horas Contenidos prácticos: 65 horas
 Unidad didáctica 1: Primeros pasos en Photoshop 1.1: Las imágenes 1.2: Tipos de imágenes 1.3: Partes principales 1.4: Salir de Photoshop
 Unidad didáctica 2: Abrir y guardar imágenes 2.1: Abrir imágenes 2.2: Mapa de bits o vectorial 2.3: Creación de imágenes 2.4: Guardar imágenes
 Unidad didáctica 3: El espacio de trabajo 3.1: Colocar las ventanas 3.2: Organizar grupos de paneles 3.3: Guardar la configuración 3.4: Adobe Bridge
 Unidad didáctica 4: Moverse por la imagen 4.1: Ampliar y reducir 4.2: Recortar la imagen 4.3: Tamaño del lienzo 4.4: Duplicar y cortar 4.5: Pedir ayuda
 Unidad didáctica 5: Dibujar con el lápiz 5.1: La herramienta Lápiz 5.2: El modo de color 5.3: El Selector de color 5.4: La herramienta Cuentagotas
 Unidad didáctica 6: Pintar con el pincel 6.1: La herramienta Pincel 6.2: Pinceles ya creados 6.3: Configurar un pincel 6.4: Los modos de fusión
 Unidad didáctica 7: Seleccionar 7.1: Seleccionar zonas de la imagen 7.2: Las herramientas Marco 7.3: Las herramientas Lazo 7.4: Selección por colores 7.5: Ajustar la selección
 Unidad didáctica 8: Imágenes con capas 8.1: Visualizar las capas 8.2: Orden de apilamiento 8.3: Utilización de las capas 8.4: Copiar y pegar 8.5: Combinar y acoplar
 Unidad didáctica 9: Rellenar de color 9.1: La herramienta Bote de pintura 9.2: Rellenar con degradados 9.3: La herramienta Borrador 9.4: La herramienta Borrador mágico 9.5: La herramienta Borrador de fondos
 Unidad didáctica 10: Dibujar con trazados 10.1: Herramientas de dibujo 10.2: Rellenar píxeles 10.3: Capas de forma 10.4: Las herramientas de Pluma 10.5: Trazados 10.6: Duplicar trazados
 Unidad didáctica 11: Ajustar el color 11.1: Luces y sombras 11.2: Equilibrando los colores 11.3: Cambiar los colores 11.4: Ajuste global 11.5: Brillo y contraste 11.6: Efectos en el color
 Unidad didáctica 12: Retocar imágenes 12.1: Dibujando con precisión 12.2: Escala y rotación 12.3: Sesgar, voltear y distorsionar 12.4: Herramientas de retoque 12.5: Corregir la imagen
 Unidad didáctica 13: Texto en las imágenes 13.1: Incluir texto 13.2: Formato del texto 13.3: Efectos en el texto 13.4: Poner notas
 Unidad didáctica 14: Imprimir la imagen 14.1: Ajustar la página 14.2: Posición y tamaño 14.3: Impresión

Módulo 2: Adobe Photoshop CS6 Avanzado (110 horas) Contenidos teóricos: 40 horas Contenidos prácticos: 70 horas
 Unidad didáctica 15: Información de la imagen 15.1: Modelos de color 15.2: Modos de color 15.3: Convertir entre modos 15.4: El panel Historia 15.5: Datos en la imagen
 Unidad didáctica 16: Canales y máscaras 16.1: Trabajar con canales 16.2: Canales de tintas planas 16.3: Las máscaras 16.4: Los canales alfa 16.5: Máscara de texto
 Unidad didáctica 17: Edición no destructiva 17.1: Máscaras de recorte 17.2: Máscaras de capa y vectoriales 17.3: Capas de ajuste 17.4: Capas de relleno
 Unidad didáctica 18: Trabajando con capas 18.1: Estilos de capa 18.2: Trabajar con estilos 18.3: Grupos de capas 18.4: Crear composiciones
 Unidad didáctica 19: Filtros I 19.1: Los efectos de los filtros 19.2: El comando Transición 19.3: La Galería de filtros 19.4: Deformar la imagen 19.5: Creación de motivos 19.6: Aislar un objeto
 Unidad didáctica 20: Filtros II 20.1: El filtro Licuar 20.2: Filtros Interpretar y Pixelizar 20.3: Filtros Enfocar y Desenfocar 20.4: Otros filtros 20.5: Plug-ins
 Unidad didáctica 21: Ajustar el color 21.1: Introducción 21.2: Calibrar los dispositivos 21.3: Gestión de color 21.4: Perfil de color de una imagen
 Unidad didáctica 22: Obtener imágenes 22.1: Escanear imágenes 22.2: Filtrar la captura 22.3: La cámara digital 22.4: Parámetros de impresión
 Unidad didáctica 23: Automatizar tareas 23.1: Grabar y ejecutar acciones 23.2: Editar la acción 23.3: El comando Lote 23.4: Utilizar droplets 23.5: Comandos Automatizar
 Unidad didáctica 24: Efectos

especiales I 24.1: Reflejar imágenes 24.2: Transparencia de cristales 24.3: Fuego y humo 24.4: Gotas de agua
 Unidad didáctica 25: Efectos especiales II 25.1: Crear texturas 25.2: Botones transparentes 25.3: Diseñar objetos
 25.4: Ambientes Unidad didáctica 26: Efectos especiales III 26.1: Envejecer una imagen 26.2: Convertir en dibujo
 26.3: Convertir en acuarela 26.4: Efecto de lluvia 26.5: Presentaciones en PDF y Conjunto de imágenes Unidad
 didáctica 27: Efectos especiales IV 27.1: Alinear y fusionar capas automáticamente 27.2: Crear panorámicas 27.3:
 Escala según el contenido 27.4: Imágenes HDR Unidad didáctica 28: Diseño de páginas web 28.1: Introducción
 28.2: Preparar Photoshop 28.3: Comando Zoomify 28.4: Galería de fotografías Web Unidad didáctica 29: Sectores
 en páginas web 29.1: La herramienta Sector 29.2: Propiedades de los sectores 29.3: Guardar la tabla de imagen
 Unidad didáctica 30: Optimizar imágenes para la Web 30.1: Optimizar el formato GIF 30.2: Transparencia en GIF
 30.3: Optimizar el formato JPEG 30.4: Simulación de transparencia en JPEG 30.5: Optimizar el tamaño 30.6:
 Formatos WBMP y PNG Unidad didáctica 31: Crear animaciones 31.1: Animación sencilla 31.2: Trabajar con capas
 31.3: Eliminación del fotograma 31.4: Guardar la animación Unidad didáctica 32: Trabajar con vídeo 32.1: Modo de
 línea de tiempo del panel Animación 32.2: Capas de vídeo 32.3: Animaciones cuadro a cuadro 32.4: Clonar en
 capas de vídeo 32.5: Utilizar imágenes principales Unidad didáctica 33: Objetos 3D 33.1: Crear objetos 3D 33.2:
 Trabajar con el panel 3D 33.3: Dibujo en modelos 3D.

Acción 23. LIGHTROOM 5 (Retoque de imágenes)

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	140	SI	NO

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

El objetivo de este curso es aprender a utilizar Lightroom, haciendo una gestión del flujo de trabajo eficaz y rápida. Al finalizar, el alumno estará capacitado para gestionar, organizar, procesar, imprimir y publicar sus archivos fotográficos con los mejores resultados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo. El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Definir la necesidad, el orden y la gestión, en el procesado de las imágenes digitales.
- Importar las fotografías a Lightroom. • Crear modelos de organización y plantillas para acelerar la gestión.
- Organizar el conjunto de nuestro archivo fotográfico, y aprenderemos a navegar y localizar rápidamente las imágenes buscadas.
- Aplicar ajustes profesionales mediante herramientas avanzadas.
- Controlar con precisión el reparto de tonos en el histograma.
- Personalizar el procesado con ajustes muy finos, incluyendo el procesado del mal llamado blanco y negro, definiendo a nuestro gusto la escala de grises.
- Conocer y aplicar las herramientas que definen el resultado de un procesado subjetivo. Por una parte, las que inciden en el aspecto; por otra, las que permiten actuar sobre zonas muy controladas de la imagen.
- Extraer los archivos procesados en el formato adecuado, con la mejor calidad, y los enviaremos a nuestras redes sociales.
- Integrar Lightroom con Photoshop.
- Gestionar para la salida a papel las fotografías obtenidas en el procesado.
- Exportar desde Lightroom para su publicación en internet, o mediante la proyección de un pase fotográfico.

A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

UD 1.-Introducción al procesado fotográfico 1. Introducción al curso de Lightroom. 1. Las fotografías. 2. Introducción al procesado fotográfico. 3. Quién hace el procesado. 4. Flujo de trabajo en fotografía digital. 5. Gestión no destructiva. 6. Formatos. 1. JPG. 2. TIF. 3. DNG. 4. RAW. 5. PNG.

UD 2.- Introducción a Lightroom 1. Introducción a Lightroom. 1. Versiones de Lightroom. 2. Descripción. 3. Formatos de imagen en Lightroom. 4. Instalación. 1. Requisitos. 2. Ayuda del programa. 5. Configuración. 1. Nuevo catálogo. 2. Concepto de catálogo. 3. Preferencias del programa. 4. Preferencias del catálogo. 5. Espacios de trabajo. 6. Placa de identidad. 7. Marca de agua. 6. Módulos. 1. Módulo Biblioteca. 2. Módulo Revelar. 3. Módulo Mapa. 4. Módulo Libro. 5. Módulo Proyección. 6. Módulo Imprimir. 7. Módulo Web. 2. Ejercicios

UD 3.-Importación de archivos 1. Importación de archivos al catálogo. 1. Cuadro de diálogo de importación. 2. Previsualizaciones inteligentes. 3. Copia de seguridad al importar. 4. Importación automática. 5. Ajustes al importar. 6. Destino de las imágenes al importar. 7. Importación desde una tarjeta de memoria.

UD 4.-Catalogación 1. Catalogación. 1. Modos de vista. 2. Selecciones. 3. Doble monitor. 4. Apilamiento. 5. Copias virtuales. 6. Barra de herramientas. 7. Clasificación. 1. Clasificación por estrellas. 2. Clasificación por color. 3. Clasificación por indicador (banderas). 4. Herramienta spray (pintura). 8. Filtros. 1. Filtro por atributos. 2. Filtro por metadatos. 3. Filtro por texto. 9. Gestión de contenidos del catálogo. 1. Panel catálogo. 2. Panel carpetas. 1. Sincronización de carpetas. 2. Exportación de carpetas como catálogos. 3. Panel colecciones. 1. Colecciones inteligentes. 2. Exportación de colecciones como catálogos. 10. Revelado rápido. 11. Palabras clave. 1. Opciones de palabras clave. 12. Metadatos. 1. Plantilla de metadatos. 13. Sincronización. 14. Extra: módulo Mapa.

UD 5.-Revelado básico 1. Revelado básico. 1. Interfaz del módulo Revelar. 1. Modos de visualización. 2. Motor de procesado. 3. Flujo de trabajo. 4. Tono automático. 5. Histograma. 1. Derecheo del histograma al captar la imagen. 2. Derecheo del histograma en el procesado. 3. Interpretación del histograma. 6. Recortar. 7. Enderezar. 8. Equilibrio de temperaturas de color. 9. Ajustes básicos de exposición. 10. Claridad. 11. Intensidad y saturación. 12. Terminar o seguir. 13. Extra: luz de fondo.

UD 6.-Revelado avanzado (1) 1. Revelado avanzado (1). 1. Revelado subjetivo. 2. Recuperación de rango dinámico. 3. Exposición por zonas del histograma. 1. Motor de procesado en versiones anteriores. 2. Motor de procesado actualizado. 3. Ajuste personalizado de tono. 4. Curva de tonos. 1. Ajuste personalizado de curva de tonos. 2. Interruptor. 5. Editor de color. 1. Ajuste personalizado con el editor de color. 6. Conversión a escala de grises: el "blanco y negro". 1. Ajuste personalizado de escala de grises. 7. División de tonos para color. 1. Ajuste personalizado de tonos para color. 8. División de tonos para blanco y negro: los virados. 1. Ajuste personalizado de tonos para blanco y negro (escala de grises). 9. Viñeteo. 1. Ajuste personalizado de viñeteo. 10. Grano. 1. Ajuste personalizado de grano.

UD 7.-Revelado avanzado (2) 1. Revelado avanzado (2). 1. Corrección de lente. 1. Solapa básica. 1. Ajuste personalizado de la solapa básica. 2. Solapa Perfil. 3. Solapa Color. 4. Solapa Manual. 1. Ajuste personalizado de la solapa manual. 2. Detalle en la imagen. 1. Reducción de ruido. 1. Ajuste personalizado de reducción de ruido. 2. Enfoque. 1. Ajuste personalizado de enfoque. 3. Herramientas de corrección selectiva. 1. Eliminación de manchas. 1. Opciones de configuración. 2. Eliminación de manchas irregulares. 2. Corrección de ojos rojos. 1. El fenómeno de los ojos rojos. 3. Filtro graduado. 1. Ajuste personalizado del filtro graduado. 4. Filtro radial. 1. Ajuste personalizado del filtro radial. 2. Opciones del filtro radial. 5. Pincel de ajuste. 1. Opciones del pincel de ajuste. 2. Ajuste personalizado del pincel de ajuste. 4. Resumen del procesado subjetivo. 5. Ajustes preestablecidos. 1. Utilización de ajustes preestablecidos. 6. Instantáneas e Historia. 7. Extra: estados de Antes y Después.

UD 8.-Exportación 1. Exportación. 1. Formato de salida JPEG. 2. Formato de salida PSD. 3. Formato de salida TIF. 4. Formato de salida DNG. 5. Formato de salida original. 6. Exportación a servicios de publicación. Ejemplo: Flickr. 7. Editar en Photoshop. 1. Panorámicas. 2. HDR. 3. Uso de capas en Photoshop. 4. Objetos inteligentes. 8. Marcas de agua.

UD 9.-Imprimir y libro 1. Imprimir y libro. 1. Módulo Imprimir. 1. Estilos de composición. 2. Ajustes de imagen. 3. Composición. 4. Configurar página. 5. Configurar impresión. 2. Módulo Libro. 3. Extra: Pruebas en pantalla (módulo Revelar).

UD 10.-Proyección y Web 1. Proyecciones y publicar en web. 1. Módulo Proyección. 1. Opciones y composición de la proyección. 2. Información y fondo de la proyección. 3. Reproducción de la proyección. 4. Exportación de la

proyección. 5. Extra: timelapses. 2. Módulo Web. 1. Estilos e información para el sitio web. 2. Apariencia, información de imagen y ajustes de salida en el módulo Web. 3. Configuración ftp y exportación en el módulo Web.

Acción 26. Desarrollo TIC para la fidelización y acción comercial. Gamificación

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	50	SI	SI

OBJETIVOS

Objetivo General:

Comprender las características y peculiaridades del cliente 2.0, más exigente y que interactúa y a través de dicha comprensión elaborar la estrategia de comunicación a través de las nuevas tecnologías.

Objetivos Específicos:

- Conocer el nuevo perfil del cliente
- Valorar las herramientas de gestión de clientes
- Entender la gamificación como una estrategia de acercamiento y fidelización
- Mejorar los procesos de atención al cliente y garantía
- Aprender a comunicar a través de las Redes Sociales.

PROGRAMA

MODULO 1: MODELOS COMERCIALES PARA LA NUEVA ERA. DURACION TOTAL: 5 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 3 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 2 HORAS CONTENIDOS TEORICOS - Mercado - Competencia - Clientes - Propuesta de Valor - Cambios, transformación, creatividad y desarrollo - Estrategias de canal y las nuevas tecnologías CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 1

MODULO 2: CRM DURACION TOTAL: 9 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 6 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 3 HORAS CONTENIDOS TEORICOS - CRM CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 2

MODULO 3: BUSINESS INTELLIGENCE DURACION TOTAL: 9 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 6 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 3 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: - Business Intelligence CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 3

MODULO 4: LA UBICUIDAD DURACION TOTAL: 9 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 6 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 3 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: - Mobility - Gamificación móvil CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 4

MODULO 5: SOPORTE Y MANTENIMIENTO DURACION TOTAL: 9 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 6 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 3 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: - Soporte y mantenimiento CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 5

MODULO 6: ESCUCHA ACTIVA: REDES SOCIALES DURACION TOTAL: 9 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: 6 HORAS CONTENIDOS PRACTICOS: 3 HORAS CONTENIDOS TEORICOS: - La importancia de las Redes Sociales CONTENIDOS PRACTICOS: Ejercicios prácticos on-line de cada apartado de contenido del módulo

formativo. Las actividades son de diversa naturaleza: Actividades de opción múltiple, de verdadero/falso, de completar... Además de glosario de términos, recursos y bibliografía,... Se realizará durante la SEMANA 6.