

**10720** REAL DECRETO 777/1998, de 30 de abril, por el que se desarrollan determinados aspectos de la ordenación de la formación profesional en el ámbito del sistema educativo.

Disposición adicional sexta. *Modificación del anexo al Real Decreto 1653/1994.*

Se modifican los apartados 3.2, 4.1 y 6.2 del anexo al Real Decreto 1653/1994, de 22 de julio, por el que se establece el título de Técnico superior en Comercio Internacional y las correspondientes enseñanzas mínimas, conforme al anexo VII del presente Real Decreto.

Disposición adicional séptima. *Contribución horaria del Profesor de la especialidad de Construcciones Civiles y Edificación.*

En los módulos profesionales de los ciclos formativos de Edificación y Obra Civil, en los que en el apartado 4.1 del anexo al Real Decreto correspondiente, se señala que en la impartición de estos módulos profesionales colaborará un Profesor Especialista, la contribución horaria del Profesor de Enseñanza Secundaria de la especialidad de Construcciones Civiles y Edificación será determinada por las Administraciones educativas.

## ANEXO VII

**MODIFICACIÓN DEL REAL DECRETO 1653/1994 DE 22 DE JULIO POR EL QUE SE ESTABLECE  
EL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR EN COMERCIO INTERNACIONAL  
Y LAS CORRESPONDIENTES ENSEÑANZAS MÍNIMAS**

## ANEXO

## 3. Enseñanzas mínimas

## 3.2. Módulos profesionales asociados a una unidad de competencia

**Módulo profesional 1: marketing internacional**

Asociado a la unidad de competencia 1: realizar las operaciones de compraventa de mercancías a nivel internacional

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1.1. Analizar las variables que intervienen en el desarrollo de estrategias de marketing internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir el concepto de marketing internacional y las políticas que lo componen.</li> <li>- Explicar las principales variables socio-económicas, culturales y políticas que influyen en las estrategias de marketing internacional.</li> <li>- Dadas una serie de macromagnitudes interrelacionadas, explicar los efectos que producen sus variaciones en el desarrollo de políticas de marketing internacional.</li> <li>- Dada una normativa internacional que regula la comercialización de un producto en un determinado país, analizar su contenido, y deducir los efectos que se derivan en la planificación de las distintas políticas de marketing.</li> <li>- Analizar la relación causal existente entre las principales variables que caracterizan una determinada etapa del ciclo de vida de cualquier producto y su efecto en la estrategia de marketing internacional.</li> <li>- Dada una serie histórica de demanda internacional de un producto:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicar el método de ajuste estadístico más adecuado.</li> <li>Calcular la tendencia de la demanda del producto.</li> <li>Obtener la demanda prevista del producto para un período determinado.</li> </ul> </li> </ul>
1.2. Definir procedimientos para obtener información relevante en la elaboración de estudios de mercados internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir los rasgos característicos de las técnicas de investigación de mercados más utilizadas en la prospección de mercados internacionales.</li> <li>- Explicar el concepto de fuente primaria, secundaria, directa e indirecta y definir procedimientos para obtener información de las mismas.</li> <li>- A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se precisa una determinada información para la prospección en un mercado internacional:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar las fuentes de información secundarias y los procedimientos de acceso a las mismas.</li> <li>Seleccionar la fuente de información secundaria que puede proporcionar el valor más fiable de las variables definidas.</li> <li>Confeccionar un formato para la recogida de datos que se adapte a las necesidades de información.</li> </ul> </li> <li>- A partir de unos datos convenientemente caracterizados relativos a magnitudes económicas y comerciales de tres países:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicar los estadísticos que suministren información sobre la situación en cada mercado.</li> <li>Interpretar y analizar estadísticamente los resultados obtenidos, deduciendo conclusiones.</li> <li>Aplicar los programas informáticos adecuados.</li> </ul> </li> <li>- Dado un segmento de mercado claramente caracterizado y un objetivo comercial:</li> </ul>

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1.3. Analizar los principales factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados de exportación.	<p>Definir la muestra representativa del segmento de mercado definido.  Diseñar una encuesta con la que se recojan datos fundamentales para el estudio.  Utilizar aplicaciones informáticas adecuadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Enumerar y describir los canales más usuales de distribución y ventas para la diversificación exportadora de una empresa.</li> <li>- Explicar los factores relevantes que se estudian y valoran para la selección de canales de distribución internacionales.</li> <li>- Determinar los aspectos de un plan de marketing internacional que influyen en la selección de un canal de distribución en mercados exteriores.</li> <li>- Identificar los factores que determinan el coste en los canales de distribución internacional.</li> <li>- Analizar las variables que se cuantifican en la valoración financiera de canales de distribución internacionales alternativos.</li> <li>- Explicar los riesgos comerciales más característicos que implica la penetración en un país extranjero.</li> <li>- Identificar las principales fuentes de información de distribuidores extranjeros.</li> <li>- Dado un contrato con un distribuidor extranjero en el que se describen las condiciones de ejecución del mismo:  Interpretar el clausulado, analizar las condiciones de distribución del producto y deducir su conformidad con la normativa, usos y costumbres comerciales aplicables.  Describir los efectos del clausulado en la relación comercial establecida.</li> <li>- En un supuesto práctico que caracteriza un tipo de empresa, un objetivo de mercado de distribución y venta de un producto en un país definido:  Definir el procedimiento más adecuado para la distribución del producto en el mercado exterior determinado que cumpla mejor con el objetivo de mercado definido.</li> </ul> <p>Analizar las repercusiones desde el punto de vista fiscal.  Analizar los costes asociados al canal de distribución propuesto.  Identificar posibles problemas logísticos que pueden surgir en el canal de distribución presentado.</p>
1.4. Analizar distintas acciones promocionales que pueden desarrollarse en la aplicación de planes de marketing internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir los distintos tipos de promociones, medios, soportes y formas publicitarias más utilizadas en la práctica habitual de comercio internacional.</li> <li>- Identificar la normativa reguladora de las prácticas promocionales.</li> <li>- Explicar los objetivos generales de las acciones promocionales y las implicaciones que pueden suponer en la actividad comercial.</li> <li>- Describir las principales técnicas psicológicas que se aplican en el diseño de una actividad promocional.</li> <li>- Definir los parámetros que hay que tener en cuenta en la planificación de medios promocionales.</li> <li>- Definir los principales métodos que se aplican habitualmente para la asignación de recursos financieros a un presupuesto promocional.</li> <li>- Definir las variables que es preciso controlar en una campaña promocional para alcanzar un resultado óptimo.</li> <li>- Analizar los métodos más utilizados para medir la eficacia promocional, explicando ventajas e inconvenientes.</li> <li>- Dada una acción promocional debidamente caracterizada y dirigida a un país europeo:  Identificar el marco jurídico e institucional que regula la acción definida.  Interpretar y analizar la aplicación de dicha normativa en la acción descrita.</li> <li>- Dado un producto asociado a un objetivo comercial de promoción en un determinado país extranjero convenientemente caracterizado:</li> </ul>

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1.5. Evaluar la posibilidad de implantación de redes comerciales internacionales a partir de unos objetivos definidos.	<p>Describir tres tipos de acciones promocionales posibles de realizar en el país para lanzar el producto en ese mercado.</p> <p>Explicar los efectos psicológicos que producen habitualmente en el consumidor cada una de las acciones promocionales definidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar las fases que componen un estudio de implantación de redes comerciales y objeto de cada una de ellas.</li> <li>- Describir los métodos económicos más utilizados para medir la viabilidad de un proyecto, distinguiendo ventajas e inconvenientes de la aplicación de cada uno de ellos.</li> <li>- Definir la forma documental y estructura más habitual de presentar un estudio de mercado.</li> <li>- A partir de unos datos sobre la coyuntura socio-económica, competencia, condiciones económicas-laborales del mercado de trabajo y posibilidades de penetración, obtenidos en la prospección de un mercado internacional: Ordenar y estructurar toda la información suministrada, clasificándola según su carácter.</li> </ul> <p>Analizar los datos desde el punto de vista económico y productivo, aplicando técnicas estadísticas y métodos económicos.</p> <p>Evaluar la viabilidad de la implantación, aplicando los métodos adecuados.</p> <p>Presentar el estudio realizado de manera estructurada y homogénea.</p>
1.6. Elaborar presupuestos que valoren la implantación de planes de marketing internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enumerar y definir las diferentes partidas que componen un presupuesto de marketing internacional.</li> <li>- Explicar la función del presupuesto en una empresa y los distintos tipos de desviaciones que se pueden presentar.</li> <li>- Dado un conjunto de ingresos y gastos de una empresa previstos para la comercialización internacional de un producto: <ul style="list-style-type: none"> <li>Clasificar los gastos.</li> <li>Realizar los cálculos necesarios para la obtención del presupuesto de "marketing-mix" internacional.</li> <li>Agrupar los gastos por orden de importancia.</li> </ul> </li> </ul> <p>Deducir conclusiones, a partir del análisis con parativo entre las distintas partidas que integran el presupuesto, y la comparación del mismo con otros.</p>

#### CONTENIDOS BÁSICOS (duración 135 horas)

##### 1. Análisis de mercados exteriores:

- a) Marco político.
- b) Marco jurídico.
- c) El entorno internacional.
- d) Evaluación de las actuaciones comerciales de la competencia.

##### 2. Estudio de mercado sobre productos y precios:

- a) Fases del estudio.
- b) La investigación de mercado como herramienta en la estrategia de producto y precio.
- c) Promoción en los mercados exteriores.

##### 3. Organización de la actividad internacional de la empresa:

- a) Estructura organizativa.
- b) Puesta en marcha.
- c) Recursos humanos.

- d) Inversiones en la U.E. y en terceros países.
  - e) Incentivos y subvenciones a la exportación.
4. Medios de penetración en mercados exteriores:
- a) Factores internos y externos a la empresa que influyen en la penetración en mercados exteriores.
  - b) Distintos tipos de implantación de la empresa en mercados exteriores.
  - c) Aspectos fiscales.
5. Canales de distribución internacional:
- a) Costes en la distribución.
  - b) Gestión de los canales de distribución.
  - c) La investigación de mercado como herramienta en la estrategia de distribución.
6. Análisis de las fases del plan de marketing internacional:
- a) Concepto y naturaleza de la planificación.
  - b) Metodología para la realización del plan de marketing.
  - c) Presupuesto de un plan de marketing.
  - d) El "marketing-mix".
7. Aplicaciones informáticas específicas de marketing internacional.

### Módulo profesional 2: Negociación internacional

Asociado a la unidad de competencia 1: realizar las operaciones de compraventa de mercancías a nivel internacional

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
2.1. Aplicar técnicas de comunicación adecuadas en la preparación y desarrollo de relaciones comerciales internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las innovaciones tecnológicas que aparecen en los procesos de comunicación.</li> <li>- Definir las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación internacionales.</li> <li>- Describir las fases que componen una entrevista personal con fines comerciales en el ámbito internacional.</li> <li>- A partir de un supuesto de solicitud de información a un cliente o proveedor de un determinado país, elaborar un escrito que observe el tratamiento adecuado al país y que esté redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.</li> <li>- En una supuesta conversación telefónica con un país extranjero: Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo.</li> <li>- Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.</li> </ul>

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
2.2. Aplicar técnicas adecuadas en la negociación de condiciones de operaciones de compra o venta internacional.	<p>Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En una situación simulada de atención a un cliente o proveedor extranjero: Analizar el comportamiento del cliente o proveedor y caracterizarlo. Utilizar la técnica de comunicación adecuada a la situación y al interlocutor.</li> <li>- Identificar las diferentes etapas de un proceso de negociación de condiciones de compraventa internacional.</li> <li>- Identificar y describir las técnicas de negociación internacional más utilizadas en la compraventa.</li> <li>- Interpretar y utilizar la terminología comercial habitual en el ámbito internacional.</li> <li>- En la simulación de una entrevista o contacto con un cliente o proveedor extranjero para iniciar negociaciones: Identificar la idiosincrasia del país del cliente o proveedor. Definir un plan de negociación en el que se establezcan las fases que se deben seguir. Caracterizar al interlocutor para establecer las pautas de comportamiento durante el proceso de negociación. Utilizar la técnica de negociación adecuada a la situación definida.</li> <li>- A partir de unos datos convenientemente caracterizados, establecer un plan de negociación de compraventa que contemple los siguientes aspectos: Estimar las necesidades, los puntos fuertes y débiles respectivos. Identificar los principales aspectos de la negociación. Explicar los límites en la negociación de cada parte. Sintetizar la secuencia del plan.</li> <li>- Definir los principales parámetros que configuran una oferta presentada a un cliente extranjero.</li> <li>- Dadas tres ofertas de proveedores extranjeros en las que se expresan condiciones de compra, garantías y nivel de servicio y se definen las necesidades comerciales de la empresa compradora: Seleccionar aquella que en términos comparativos ofrece mejores condiciones y se adapta a los objetivos comerciales definidos. Detectar en la oferta seleccionada posibles puntos que se deban negociar.</li> </ul>
2.3. Interpretar la normativa de contratación internacional que regula las operaciones de compraventa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las fuentes de información jurídicas que afectan y regulan la contratación internacional.</li> <li>- Interpretar la terminología jurídica utilizada habitualmente en derecho internacional.</li> <li>- Definir el concepto de contrato y los elementos que lo componen.</li> <li>- Explicar el valor jurídico de los usos uniformes en la contratación internacional.</li> <li>- Describir las teorías de derecho internacional que solucionan las contradicciones y conflictos originados en las condiciones generales que regulan un contrato de compraventa internacional.</li> <li>- Dados dos textos legales extranjeros reguladores de la contratación internacional, identificar los aspectos comunes y las posibles contradicciones.</li> <li>- Interpretar las cláusulas de un contrato tipo de compraventa internacional, distinguiendo entre las prescriptivas y las potestativas.</li> <li>- Según el Convenio de Naciones Unidas sobre contratos de compraventa internacional de mercancías: Identificar el momento en el que se perfecciona el contrato de compraventa internacional y explicar cuándo surte efecto la oferta. Enumerar las obligaciones contractuales del vendedor y del comprador.</li> </ul>

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>2.4. Elaborar el precontrato asociado al proceso de compraventa internacional, de acuerdo con la normativa de contratación internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y explicar los INCOTERMS más comúnmente utilizados en comercio internacional.</li> <li>- Explicar el valor de los acuerdos precontractuales y sus efectos sobre el compromiso de las partes.</li> <li>- Identificar los modelos documentales utilizados para recoger acuerdos precontractuales.</li> <li>- Definir los principales aspectos que deben figurar en el clausulado de un precontrato internacional.</li> <li>- Dadas unas condiciones pactadas en una compraventa internacional, datos identificativos de las partes negociadoras y mercancía objeto de negociación: Citar la normativa de contratación internacional que regula el supuesto y aplicarla en la confección del precontrato. En función del INCOTERM elegido, describir las obligaciones asumidas por las partes contratantes. Confeccionar la carta de intenciones, redactando el clausulado que exprese las características definidas de la operación de compraventa internacional. Utilizar un programa informático de tratamiento de textos para la edición del documento.</li> </ul>

#### CONTENIDOS BÁSICOS (duración 75 horas)

##### 1. La comunicación y su aplicación en las relaciones internacionales:

- a) Los procesos de comunicación.
- b) La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales.
- c) La comunicación escrita en comercio internacional.
- d) Relaciones públicas.

##### 2. El proceso de negociación en la compraventa internacional:

- a) Prospección.
- b) Preparación de la negociación internacional.
- c) Desarrollo de la negociación internacional.
- d) Técnicas de la negociación internacional.
- e) Consolidación de la negociación internacional.
- f) Elaboración del precontrato de compraventa internacional.

##### 3. Los INCOTERMS de acuerdo con el modo de transporte:

- a) Cualquier tipo de transporte, incluido el multimodal.
- b) Transporte aéreo.
- c) Transporte por ferrocarril.
- d) Transporte por mar y vías de agua terrestres.

##### 4. Normativa reguladora de la contratación internacional aplicables a la formación de acuerdos precontractuales:

- a) Convenios internacionales.
- b) Reglas de la Cámara de Comercio Internacional.
- c) Usos uniformes.

##### 5. Elementos de derecho mercantil:

- a) Ámbito de aplicación.
- b) El contrato de compraventa.

## 6. Estructura económica internacional:

- a) El comercio internacional español.
- b) La U.E. y los terceros países.
- c) Organismos internacionales y regionales.
- d) Empresas multinacionales.

## 7. Aplicaciones informáticas de gestión de la compraventa internacional.

**Módulo profesional 6: financiación internacional**

Asociado a la unidad de competencia 4: gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>6.1. Analizar distintas modalidades de crédito para financiar operaciones de venta internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Precisar los conceptos de interés nominal e interés efectivo o tasa anual de equivalencia (TAE) y la forma de calcularlos.</li> <li>- Explicar las variables que intervienen en la amortización de un crédito, precisando la forma de calcularlas según los sistemas de amortización más utilizados.</li> <li>- Explicar el concepto de renta en función de sus términos, del número de éstos y del vencimiento de los mismos.</li> <li>- Enumerar y describir las modalidades de crédito que se pueden utilizar en una operación de venta internacional.</li> <li>- Identificar la normativa que regula los créditos a la exportación y explicar los artículos referentes a las condiciones generales de los mismos y a los casos especiales.</li> <li>- Interpretar los principales usos y prácticas mercantiles uniformes en las operaciones de crédito internacional.</li> <li>- Analizar ventajas e inconvenientes de las principales modalidades de crédito internacional.</li> <li>- Dada una operación de compraventa internacional convenientemente caracterizada, con pago aplazado: Elegir la modalidad de crédito adecuada a la operación, justificando la elección Calcular el coste que supone el crédito. Realizar el cuadro de amortización.</li> <li>- En un supuesto práctico en el que se describe un préstamo con una anualidad determinada, progresión que sigue la anualidad, duración de la operación, tipo de interés, calcular: Valor final y actual de la anualidad. Tanto equivalente fraccionado. Valor de la anualidad fraccionada. Valor de la anualidad prepagable y postpagable.</li> </ul>
<p>6.2. Determinar la cobertura adecuada de posibles riesgos financieros en operaciones comerciales internacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar los riesgos financieros más habituales asociados a una operación internacional.</li> <li>- Explicar las principales modalidades de cobertura de riesgos en los créditos a la exportación.</li> <li>- Identificar e interpretar la normativa legal que regula los seguros de crédito en el comercio internacional.</li> <li>- Esquematizar y explicar los distintos instrumentos de cobertura de riesgos de cambio de divisas.</li> <li>- Deducir las posibles implicaciones y consecuencias inherentes a un determinado riesgo financiero.</li> <li>- Dada una operación de compraventa internacional caracterizada y una</li> </ul>

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>6.3. Analizar la información relacionada con el mercado de divisas y las implicaciones en el comercio internacional.</p>	<p>información sobre el mercado de divisas:  Elegir la divisa más adecuada a la operación.  Calcular los costes y riesgos de la divisa elegida.  Explicar la conveniencia, en su caso, de utilizar una determinada cobertura de riesgo de cambio de la divisa.  - A partir de unos determinados riesgos financieros caracterizados:  Relacionar cada uno con la cobertura apropiada.  Justificar la utilización de cada instrumento de cobertura de riesgo financiero.</p> <p>- Describir el funcionamiento general del mercado de divisas.  - Interpretar y utilizar la terminología habitual en el mercado de divisas.  - Explicar las características principales del Euromercado y los tres segmentos de mercado en los que se mueve.  - Identificar y describir las operaciones financieras más usuales en divisas.  - Identificar e interpretar la legislación que regula el funcionamiento del mercado de divisas.  - Diferenciar el mercado de divisas de contado y a plazo.  - Analizar las variables que influyen en las fluctuaciones de los tipos de cambio de divisas.  - A partir de la información publicada en prensa durante un mes sobre el mercado de divisas:  Interpretar los datos que se recogen en esa información.  Analizar las fluctuaciones de una determinada divisa y deducir algunas implicaciones que podría tener en una operación comercial convenientemente caracterizada.</p>
<p>6.4. Definir procedimientos para financiar concursos o licitaciones internacionales.</p>	<p>- Identificar e interpretar las diferentes normas de organismos de financiación internacionales aplicables a licitaciones o concursos internacionales.  - Describir los requisitos y condiciones que se exigen en un determinado concurso o licitación internacional.  - Describir las fases que componen el proceso para participar en licitaciones internacionales.  - Confeccionar los documentos requeridos en una determinada licitación de un proyecto o suministro internacional.</p>
<p>6.5. Utilizar adecuadamente paquetes informáticos integrados de gestión financiera.</p>	<p>- Integrar la información de carácter financiero de diferentes bases de datos.  - Acceder a la información almacenada en el programa informático.  - Describir las funciones que integran las distintas aplicaciones que se pueden utilizar en un sistema de información de financiación internacional.  - Dados unos datos relacionados con aspectos de financiación internacional:  Introducirllos correctamente en una determinada aplicación informática, obteniendo la información requerida.  Interpretar la información obtenida.  - A partir de la información existente en los distintos programas informáticos, integrar datos, texto y gráficos que se ajusten a los formatos requeridos.</p>

CONTENIDOS BÁSICOS (duración 115 horas)

1. Cálculo financiero:

- a) Capitalización y actualización compuesta.
- b) Rentas financieras.
- c) Préstamos.

2. Gestión internacional de créditos:

- a) Crédito a la exportación.
- b) Los seguros de crédito a la exportación.
- c) Préstamos gubernamentales y créditos internacionales.
- d) El "factoring".
- e) Confirmación de pedido.
- f) Finanzas internacionales.
- g) Las garantías bancarias internacionales.

3. Gestión de las operaciones financieras en divisas

- a) El mercado de divisas.
- b) Euromercado.
- c) Gestión del riesgo de cambio en operaciones de comercio internacional.

4. Licitaciones o concursos internacionales:

- a) Normas y reglamentos de licitación del Banco Mundial y otros Organismos.
- b) Fianzas y garantías.

5. Aplicaciones informáticas de cálculo financiero, gestión de créditos y operaciones en divisas.

**Módulo profesional 7: medios de pago internacionales**

Asociado a la unidad de competencia 4: gestionar las operaciones de financiación para transacciones internacionales de mercancías

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>7.1. Analizar distintos medios de pago para operaciones de compra-venta internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clasificar las modalidades principales de crédito documentario.</li> <li>- Describir la función primordial del crédito documentario en las operaciones de comercio internacional y los procedimientos de emisión.</li> <li>- Describir la operativa de los medios de pago más utilizados en la práctica del comercio internacional.</li> <li>- Analizar las ventajas e inconvenientes de los principales medios de pago internacionales.</li> <li>- Identificar las reglas y usos uniformes relativos a los créditos documentarios.</li> <li>- Definir las principales obligaciones legales asociadas a los bancos, seguros y transporte para asegurar el pago de una operación de comercio internacional.</li> <li>- Explicar los efectos jurídicos y comerciales que produce un determinado Convenio Internacional en la regulación de un medio de pago definido.</li> <li>- Describir la operativa de los medios de pago más utilizados en la práctica del comercio internacional.</li> <li>- Dados tres medios de pago internacionales y unas condiciones pactadas en la compraventa internacional: Determinar los documentos básicos y complementarios que hay que presentar para gestionar dichos medios en función de la normativa aplicable, usos mercantiles internacionales y condiciones pactadas</li> </ul>

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
7.2. Elaborar la documentación relativa a los medios de pago internacional.	<p>en el contrato.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar para cada medio de pago internacional el documento base que lo representa y explicar el contenido del mismo.</li> <li>- A partir de unos datos asociados a una operación de compraventa internacional y un medio de pago seleccionado: Identificar el modelo documental soporte del medio de pago definido. Analizar la información suministrada y deducir los datos que hay que trasladar al documento soporte del medio de pago. Interpretar el significado de cada apartado en el documentos soporte y asociarlo a los datos que deben figurar en el mismo. Utilizar programas informáticos integrados de comercio internacional para obtener el documento.</li> <li>- Identificar la normativa que regula el clausulado de los medios de pago internacionales.</li> </ul>
7.3. Analizar las garantías reales y personales asociadas al pago de operaciones de compraventa internacional exigidas en la práctica bancaria.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición del concepto de garantía real y personal.</li> <li>- Enumerar las principales garantías reales utilizadas en la práctica bancaria y explicar los requisitos asociados a las mismas.</li> <li>- Clasificar las garantías en función de: Su relación con la obligación. Su relación con la presentación de documentos. Su automaticidad.</li> <li>- Explicar las reglas y usos relativos a las garantías bancarias.</li> <li>- Dadas una serie de modalidades de pago convenientemente caracterizadas, con las garantías exigidas en cada una. analizar las ventajas e inconvenientes de cada caso.</li> </ul>

#### CONTENIDOS BÁSICOS (duración 55 horas)

##### 1. Medios de pago internacional:

- a) El crédito documentario.
- b) La remesa simple y documentaria.
- c) El cheque personal y el cheque bancario.
- d) La orden de pago.
- e) Otras formas de pago o cobro internacional.

##### 2. Normativa reguladora de los medios de pago:

- a) Ley 19/85. Cambiaria y del Cheque.
- b) Ley uniforme de Ginebra sobre el cheque.
- c) Ley uniforme de Ginebra sobre la letra de cambio y pagaré a la orden.
- d) Reglas uniformes para el cobro del papel comercial de la CCI (Cámara de Comercio Internacional).
- e) Reglas y usos uniformes sobre los créditos documentarios de la CCI.

##### 3. Garantías Bancarias

- a) Análisis de los riesgos.
- b) Modalidades de garantías.

##### 4. Aplicaciones informáticas de confección y análisis de medios de pago internacionales.

## 4. Profesorado

## 4.1. Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de comercio internacional

Módulo profesional	Especialidad del profesorado	Cuerpo
1. Marketing internacional	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
2. Negociación internacional	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
3. Gestión administrativa del comercio internacional	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
4. Almacenaje de productos	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
5. Transporte internacional de mercancías	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
6. Financiación internacional	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
7. Medios de pago internacionales	Organización y Gestión Comercial	Profesor de Enseñanza Secundaria
8. Aplicaciones informáticas de propósito general	Procesos Comerciales	Profesor Técnico de F.P.
9. Lengua extranjera en comercio internacional	(1)	Profesor de Enseñanza Secundaria
10. Formación y orientación laboral	Formación y Orientación Laboral	Profesor de Enseñanza Secundaria

(1) Alemán, francés, inglés, italiano o portugués, en función del idioma elegido.