



**Director/a Operacional de Comercio Internacional
(International Trade Operational Manager)**

Módulos de movilidad formativa



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Vínculos entre actividades, unidades de competencias y módulos de movilidad formativa

ACTIVIDADES	UNIDADES DE COMPETENCIAS	MÓDULOS DE MOVILIDAD FORMATIVA
Actividad 1: Seguimiento de las empresas	Unidad 1: Controlar la información del mercado para el comercio internacional	Módulo 1: Encontrar información para el comercio internacional
		Módulo 2: Preparación de la decisión
Actividad 2: Exportación	Unidad 2: Prospección	Módulo 3: Prospección
		Módulo 4: Identificación de clientes potenciales
		Módulo 5: Evaluación de la prospección
	Unidad 3: Vender en el extranjero	No es relevante para la movilidad
	Unidad 4: Garantizar el seguimiento de las ventas	No relevante para la movilidad
Actividad 3: Compra de importaciones	Unidad 5: Importar	No relevante para la movilidad
Actividad 4: Coordinar los procesos para el éxito de las compras de importación y las ventas de exportación	Unidad 6: Coordinar los servicios	No relevante para la movilidad
Actividad 5: Gestión de las relaciones en diferentes culturas	Unidad 7: Comunicarse y gestionar las relaciones en contextos interculturales	Módulo 6: Comunicación en inglés y en otra lengua extranjera integrando elementos socioculturales
		Módulo 7: Implantación, gestión y animación de una red de contactos internacionales

Módulo 1: BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

Vínculo con el repertorio de competencias

Unidad de competencia nº 1: Seguimiento de la información de mercado para el comercio internacional.

Situación(es) profesional(es)

El Director/a Operacional de Comercio Internacional define los niveles y fuentes de información necesarios para el sistema de información de marketing (SIM) de la organización y su toma de decisiones. Aprovecha las oportunidades de los mercados internos y externos.

Recopila y analiza información, procedente de distintas fuentes internas y externas, de forma sistemática y periódica, sobre productos y servicios, proveedores, prestadores de servicios, competencia de la empresa y otros factores marco relevantes para la política de internacionalización de la organización. Sabe explotar la inteligencia empresarial, su concepto general, software y aplicaciones.

Objetivos del módulo

Habilidades	Conocimientos asociados
U1S1.1 - Diseñar, planificar y presupuestar el proceso de información.	U1K1 - Estudios de mercado. U1K2 - Tendencias de los intercambios mundiales.
U1S1.2 - Seleccionar la información comercial y las limitaciones reglamentarias sobre los mercados extranjeros.	U1K3 - Riesgos por país y calificación. U1K4 - Estudios sectoriales. U1K5 - Ámbitos jurídicos y normativos internacionales.
U1S1.3 - Formular requisitos técnicos para los estudios de mercado.	U1K6 - Normas éticas y medioambientales.

Descripción de las competencias

Habilidades	Limitaciones o contenido	Consejos pedagógicos
U1S1.1 - Diseñar, planificar y presupuestar el proceso de información.	Sólo debe hacerse en respuesta a una necesidad. Respeto de un marco preestablecido. La atención debe centrarse en la metodología de las diferentes etapas.	Utilizar una gama limitada de opciones. Utilizar hojas de cálculo.
U1S1.2 - Seleccionar la información comercial y las limitaciones reglamentarias sobre los mercados extranjeros.	Aplicación de la metodología de investigación primaria (investigación de campo) y secundaria (investigación documental). El objetivo debe ser obtener información de asociaciones comerciales e instituciones oficiales.	Utilizar el trabajo en equipo para el análisis de los datos de la investigación primaria de un caso práctico para decidir si una empresa es rentable o no. Utilizar juegos de simulación: por ejemplo, para decidir el precio de un determinado producto en un determinado mercado.

U1S1.3 - Formular requisitos técnicos para los estudios de mercado.	Definir qué información crítica se necesita. Deben evitarse los sesgos culturales o estadísticos.	Utilizar todas las formas de comunicación y recursos de información modernos (por ejemplo, bases de datos abiertas en Internet, sitios web corporativos o información de las redes sociales). Diseñar la investigación en torno a la necesidad de información crítica. Centrarse en la información necesaria. Gestionar y cumplir las expectativas.
--	---	---

Descripción de los conocimientos

Conocimientos asociados	Contenido	Consejos pedagógicos
U1K1 - Estudios de mercado	Diferentes tipos de estudios de mercado. Fuentes de información. Principales etapas de un estudio de mercado. Herramientas digitales, incluido el software estadístico. Estructura y principales elementos de un informe de estudio de mercado.	Ser muy preciso sobre el objetivo del estudio de mercado. Limitar el alcance del estudio de mercado para el primer ejercicio, y enriquecerlo posteriormente. Alertar sobre la información clave a la que hay que prestar atención. Utilizar un contexto profesional real y actualizado. Digitalizar.
U1K2 - Tendencias de los intercambios mundiales.	Sostenibilidad en las relaciones comerciales. Política económica ecológica. Eliminación de las barreras comerciales. Comportamiento en el contexto del cambio climático.	Visitar empresas que se ajusten al contexto. Invitar a expertos externos que participen en proyectos internacionales con apoyo digital. Crear una directriz para el comercio mundial en una empresa ficticia.
U1K3 - Riesgos por países y calificación	Conocimiento de las plataformas internacionales de calificación. Información de las agencias de calificación.	Utilizar información actualizada de Internet, por ejemplo, “World factbook” (https://www.cia.gov/the-world-factbook/).

	Mapa de riesgos por países.	
U1K4 - Estudios sectoriales.	Análisis de la evolución de la productividad y la dinámica de la producción y el comercio (oferta, distribución de la demanda...). Centrarse en las innovaciones modernas, prestando especial atención al problema de las cadenas de suministro.	Investigar cómo las empresas y los sectores afrontan los retos del progreso. Considerar los efectos de la adopción de nuevas tecnologías, el aumento de la digitalización y el pensamiento económico ecológico. Utilizar estudios de casos para comparar los ámbitos europeo y mundial.
U1K5 - Ámbitos jurídicos y normativos internacionales.	Énfasis en la diferencia entre las normas comerciales europeas e internacionales. El marco jurídico de las distintas zonas comerciales.	Aprender con ejemplos concretos de situaciones económicas de diferentes empresas. Invitar a expertos de empresas para que aporten sus conocimientos y experiencia.
U1K6 - Normas éticas y medioambientales.	Todas las grandes empresas deben elaborar un informe de sostenibilidad de acuerdo con la Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD-E, por sus siglas en inglés). Diseño, aplicación y ejecución de estrategias de sostenibilidad para crear una ventaja competitiva duradera.	Analizar un informe de sostenibilidad de una empresa y extraer las estrategias utilizadas para cumplir las normas éticas y medioambientales. ¿Qué podemos aprender sobre la empresa y su enfoque en ESG (“Environmental, social, and corporate governance”)?. Trabajar en equipo.

Requisito previo

No

Módulo nº 2: Preparación de la decisión

Vínculo con el repertorio de competencias

Unidad de competencia nº 1: Controlar la información del mercado para el comercio internacional.

Situación(es) profesional(es)

El Director/a Operacional de Comercio Internacional recopila y analiza información, procedente de distintas fuentes internas y externas, de forma sistemática y periódica, sobre productos y servicios, proveedores, prestadores de servicios, competencia de la empresa y otros factores marco relevantes para la política de internacionalización de la organización. Sabe explotar la inteligencia empresarial, su concepto general, el software y las aplicaciones finales.

Objetivos del módulo

Habilidades	Conocimientos asociados
U1S2 - Preparar la decisión U1S2.1 - Supervisar la información comercial crítica. U1S2.2 - Elaborar informes para facilitar la toma de decisiones.	U1K7 - Métodos de análisis estadístico. U1K8 - Datos e información. U1K9 - Sistema de información empresarial y herramientas de inteligencia empresarial. U1K10 - Seguridad de los datos y ciberseguridad.

Descripción de las competencias

Habilidades	Limitaciones o contenido	Consejos pedagógicos
U1S2.1 - Supervisar la información comercial crítica.	Técnicas de recuperación de información. Parámetros estadísticos de posición y dispersión. Protección, seguridad e integridad de los datos.	Estudiar casos prácticos con diversas gamas de datos de marketing, introducir problemas relacionados con la actualización de la información crítica de marketing, la protección, la seguridad y la integridad de los datos Utilizar siempre el contexto de las PYME.
U1S2.2 - Elaborar informes para facilitar la toma de decisiones.	Calidad de la información. Técnicas de análisis y evaluación de datos. Bases de datos. Indicadores de resultados. Definición, utilidad y componentes del sistema de información de marketing (SIG). Organización MIS. Informes con el objetivo de tomar decisiones.	Pedir a los alumnos que redacten informes, empezando por una situación fácil y después con contextos progresivamente más complejos. Preparar una presentación para la dirección con una recomendación sobre un ejemplo práctico. Utilizar casos prácticos. Confiar en un experto.

Descripción de los conocimientos

Conocimientos asociados	Contenido	Consejos pedagógicos
U1K7 - Métodos de análisis estadístico.	Organización y tabulación de datos. Representación gráfica de los datos. Medidas de posición o tendencia central. Medidas de dispersión. Medidas de la forma de la distribución. Regresión lineal y correlación simple. Series temporales. Estimación de tendencias. Aplicaciones informáticas para el tratamiento y análisis de la información: hojas de cálculo y bases de datos. Elaboración de informes comerciales con los resultados y conclusiones del análisis y estudio estadístico de los datos.	Ejercitar con datos de comercio internacional. Mostrar cómo utilizar un ordenador y bases de datos para procesar datos. Insistir en el valor para la toma de decisiones de la información estadística obtenida tras el tratamiento de los datos.
U1K8 - Datos e información.	Explotación de los datos obtenidos en la prospección y de la red de colaboradores. Análisis y evaluación de los datos obtenidos en la investigación.	Mostrar cómo utilizar indicadores y herramientas informáticas. Mostrar cómo utilizar los medios disponibles o externos, para la preparación de informes útiles para el proceso de toma de decisiones.
U1K9 - Sistema de información empresarial y herramientas de inteligencia empresarial.	Configuración de un sistema de información de marketing.	Utilizar un ejemplo práctico para mostrar cómo prepararse para tomar decisiones empresariales y definir fuentes de información, procedimientos y técnicas para la organización de datos mediante inteligencia artificial.
U1K10 - Seguridad de los datos y ciberseguridad.	Conceptos básicos de ciberseguridad. Legislación y normativa sobre seguridad y protección de datos	Utilizar ejemplos prácticos para mostrar cómo llevar a cabo los procedimientos y cómo aplicar técnicas para

	y repercusiones de su incumplimiento. Seguridad en Internet: spam, virus informáticos, programas espía, phishing.	garantizar la integridad de la información. Utilizar ejemplos reales, explicar cómo recoger pruebas sobre los efectos de un atentado.
--	--	--

Requisito previo

No.

Módulo 3: Prospección

Vínculo con el repertorio de competencias

Unidad de competencia nº 2: Prospección.

Situación(es) profesional(es)

El Director/a Operacional de Comercio Internacional elabora un plan de prospección y calcula un presupuesto de prospección en función del presupuesto de la organización. Distribuye las tareas entre el personal o los subcontratistas.

Identifica clientes potenciales de acuerdo con los criterios establecidos para alcanzar los objetivos comerciales de la organización. Realiza la selección de subcontratistas.

Objetivos del módulo

Habilidades	Conocimientos asociados
U2S1.1 - Distribuir las tareas entre el personal en función de los recursos y los objetivos.	U2K1 - Función de prospección. U2K2 - Plan de prospección y presupuesto. U2K3 - Apoyo disponible para desarrollar las exportaciones de las empresas nacionales (por ejemplo: cámaras de comercio).
U2S1.2 - Seleccionar subcontratistas.	

Descripción de las competencias

Habilidades	Limitaciones o contenido	Consejos pedagógicos
U2S1.1 - Distribuir las tareas entre el personal en función de los recursos y los objetivos.	Para responder a una necesidad específica. Respetar un marco preestablecido. Centrarse en la metodología de las distintas etapas. Considerar las distintas soluciones (internas, externas).	Considerar una gama limitada de tareas (por ejemplo, investigación documental).
U2S1.2 - Seleccionar subcontratistas.	Seleccionar subcontratistas de una base de datos de la empresa.	Centrarse en la metodología y los criterios.

Descripción de los conocimientos

Conocimientos asociados	Contenido	Consejos pedagógicos
U2K1 - Función de prospección.	El papel de la prospección. Objetivos de prospección según la política de marketing de la empresa.	Utilizar casos prácticos basados en pequeñas empresas.
U2K2 - Plan de prospección y presupuesto.	Plan de acción de prospección Base de datos de clientes y prospectos. Definición y componentes del presupuesto de prospección.	Considerar los medios de la empresa (humanos, financieros, técnicos y el calendario). Utilizar herramientas y juegos de simulación.

	Restricciones legislativas y reglamentarias.	
U2K3 - Apoyo disponible para desarrollar las exportaciones de las empresas nacionales (cámaras de comercio).	Programa nacional de ayuda al desarrollo de las exportaciones (información sobre mercados exteriores, ayudas financieras...) y sitios web de la administración nacional en el extranjero.	Los estudiantes deben ponerse en contacto/utilizar la organización/los medios nacionales. Actualizar siempre la información.

Requisitos previos

Módulo nº 1: Seguimiento de la información de mercado para el comercio internacional.

Módulo 4: Identificación de clientes potenciales

Vínculo con el repertorio de competencias

Unidad de competencia nº 2: Prospección.

Situación(es) profesional(es)

El Director/a Operacional de Comercio Internacional identifica clientes potenciales de acuerdo con los criterios establecidos para alcanzar los objetivos comerciales de la organización. Organiza y supervisa acciones de comunicación/promoción de productos/servicios en ferias y eventos internacionales, optimizando los recursos asignados para adecuar sus resultados a los objetivos establecidos. Contribuye a la adaptación de los procedimientos relacionados con el desarrollo internacional de la organización. Se requieren conocimientos de idiomas.

Podrá sugerir mejoras y participar en el diseño de la administración de las ventas de exportación.

Objetivos del módulo

Habilidades	Conocimientos asociados
U2S2.1 - Perfilar a los clientes potenciales.	U2K4 - Criterios de segmentación. U2K5 - Herramientas de prospección internacional. U2K6 - Ferias y eventos internacionales. U2K7 - Técnicas de comunicación y promoción internacional. U2K10 - Ética y legislación en la función de prospección.
U2S2.2 - Crear contactos profesionales.	
U2S2.3 - Respetar las normas comerciales y la ética empresarial.	

Descripción de las competencias

Habilidades	Limitaciones o contenido	Consejos pedagógicos
U2S2.1 - Perfilar a los clientes potenciales.	Definición de perfiles de clientes según la estrategia de la empresa y la especificidad del mercado exterior.	Definir claramente los distintos objetivos en el país elegido.
U2S2.2 - Crear contactos profesionales.	Herramientas de prospección internacional.	Llamar por teléfono, organizar reuniones en línea, intercambiar correos electrónicos, lanzar en directo y en línea con empresas reales o casos de estudio.
U2S2.3 - Respetar las normas comerciales y la ética empresarial.	Cultura local. Normativa y legislación nacional actualizada. Comportamiento ético.	Organizar un seguimiento del mercado sobre estos temas.

Descripción de los conocimientos

Conocimientos asociados	Contenido	Consejos pedagógicos
U2K4 - Criterios de segmentación.	Objetivos y herramientas Técnicas de segmentación	Utilizar casos de estudio de uso y soporte de software.
U2K5 - Herramientas de prospección internacional.	Base de datos de clientes actuales y potenciales. Telefonar, enviar correos electrónicos, viajes de negocios, ferias comerciales.	Actualizar siempre la base de datos. Ser práctico utilizando situaciones reales para

		descubrir y comprender la variedad de herramientas.
U2K6 - Ferias y eventos internacionales.	Selección de la feria o evento adecuado en el que participar, nacional o internacional. Organización de las distintas etapas, desde la reserva del stand hasta la evaluación de la feria	Una tarea puede ser formar parte de una feria internacional (organización, participación, evaluación). Los estudiantes podrían organizar su propia feria o evento internacional con distintas partes interesadas, Solicitar ayuda a la cámara de comercio local o a organizaciones gubernamentales,
U2K7 - Técnicas de comunicación y promoción internacional.	Para objetivos específicos, conocimiento de la comunicación empresarial local, medios sociales y comunicación tradicional.	Practicar con empresas reales o casos de estudio.
U2K10 - Ética y legislación en la función de prospección.	Información ética y cultural multicultural. Restricciones legislativas y reglamentarias.	Insistir en la actualización de las técnicas.

Requisitos previos

Módulo nº 1: Seguimiento de la información de mercado para el comercio internacional. Módulo nº 2: Prospección.

Módulo 5: Evaluación de la prospección

Vínculo con el repertorio de competencias

Unidad de competencia nº 2: Prospección.

Situación(es) profesional(es)

El Director/a Operacional de Comercio Internacional debe garantizar el seguimiento de la prospección. Recoge y analiza los resultados y los compara con las expectativas. Esta evaluación le permite imaginar y proponer mejoras para las próximas prospecciones. Con toda esta información y propuestas, prepara un informe de prospección para su jefe. Para realizar todo este trabajo, utiliza todas las herramientas digitales disponibles en su contexto profesional.

Objetivos del módulo

Habilidades	Conocimientos asociados
U2S3.1 - Informar de los resultados de las prospecciones.	U2K8 - Herramientas digitales para la interacción con los clientes y la personalización de la relación con los clientes internacionales. U2K9 - Seguimiento y evaluación de la prospección internacional.
U2S3.2 - Evaluar la prospección en comparación con los objetivos comerciales.	
U2S3.3 - Sugerir la adaptación de los procedimientos.	

Descripción de las competencias

Habilidades	Limitaciones o contenido	Consejos pedagógicos
U2S3.1 - Informar de los resultados de las prospecciones.	Registros de métodos de adquisición disponibles. Técnicas de tratamiento y evaluación de informes factuales y de previsión.	Trabajar individualmente con fichas de trabajo especialmente desarrolladas. Aplicar tablas de competencias adaptadas individualmente.
U2S3.2 - Evaluar la prospección en comparación con los objetivos comerciales.	Métodos y herramientas de evaluación estadística y diversos medios de presentación de los resultados.	Utilizar el método de las cuatro esquinas, retroalimentación con cuestionario junto con la escuela y las empresas.
U2S3.3 - Sugerir la adaptación de los procedimientos.	Procedimientos normalizados para la presentación de resultados. Procedimientos de evaluación cualitativa y cuantitativa.	Implementar juegos de rol con casos concretos. Solicitar una presentación en PowerPoint que describa los métodos de los procedimientos seleccionados.

Descripción de los conocimientos

Conocimientos asociados	Contenido	Consejos pedagógicos
U2K8 - Herramientas digitales para la interacción con los clientes y la personalización de la relación con los clientes internacionales.	Introducción a las herramientas de inteligencia empresarial y explicación de ciertos detalles. Planificación, análisis y previsión integrados.	Usar dispositivos digitales. Crear una plataforma de comunicación común entre las empresas y la escuela. Usar la inteligencia artificial.
U2K9 - Seguimiento y evaluación de la prospección internacional.	Gestión de las relaciones con los clientes. Seguimiento de los clientes.	Utilizar software de planificación de recursos empresariales (ERP).

		Sugerir grupos de trabajo en el ámbito del aprendizaje cooperativo. Elaborar informes sobre la experiencia. Aplicar el aprendizaje entre iguales.
--	--	--

Requisito previo

Módulo nº 4: Identificación de los clientes potenciales.
--

Módulo 6: Comunicación en inglés y en otra lengua extranjera integrando elementos socioculturales

Vínculo con el repertorio de competencias

Unidad de competencia nº 7: Comunicar y gestionar las relaciones en contextos interculturales.
--

Situación(es) profesional(es)

El Director/a Operacional de Comercio Internacional desarrolla la relación comercial en un entorno intercultural. Debe tener una comunicación persuasiva en el idioma nacional y en idiomas extranjeros, siendo obligatorio el inglés.

Deberá comunicarse oralmente con fluidez y espontaneidad en el idioma nacional y en inglés y/u otro idioma para identificar las necesidades de los clientes y garantizar el servicio, realizar actividades de asesoramiento, atención y resolución de posibles conflictos e incidencias.

Debe comunicarse por escrito en cualquier soporte de forma coherente, mostrando autonomía para generar documentación profesional.

Objetivos del módulo

Habilidades	Conocimientos asociados
U7S1.1 - Seleccionar información relacionada con prácticas empresariales, sociales y culturales.	U7K1 - Comunicación profesional oral y escrita en la lengua utilizada en el entorno laboral. U7K2 - Comunicación profesional oral y escrita en inglés, en el nivel B2 del marco común europeo de referencia para las lenguas. U7K3 - Comunicación profesional oral y escrita en otra lengua extranjera, en el nivel B2 del marco común europeo de referencia para las lenguas. U7K4 - Técnicas y modelos de comunicación en un contexto multicultural. U7K5 - Tipos y estilos de comunicación no verbal.
U7S1.2 - Integrar las diferencias culturales.	
U7S1.3 - Producir mensajes orales profesionales dirigidos a interactuar con contactos de otras culturas.	
U7S1.4 - Producir documentos escritos profesionales destinados a interactuar con contactos de otras culturas.	

Descripción de las competencias

Habilidades	Limitaciones o contenido	Consejos pedagógicos
U7S1.1 - Seleccionar información relacionada con prácticas empresariales, sociales y culturales.	Obligatorio en la preparación de una situación empresarial en la que intervengan partes procedentes de distintos entornos culturales.	Limitar el ámbito geográfico de la información que se va a investigar y seleccionar y ampliarlo posteriormente si es necesario.
	Creación de una colaboración base de datos de información sobre prácticas sociales, culturales y empresariales de un número predefinido de países/regiones, junto con los alumnos.	Utilizar escenarios profesionales reales y actualizados, empleando el mayor número posible de ejemplos procedentes del contexto empresarial de los alumnos.
		Recomendar el uso de medios digitales.

U7S1.2 - Integrar las diferencias culturales.	Nuestras propias referencias culturales afectan a nuestro comportamiento y a la reacción de los demás ante nuestro comportamiento. La capacidad de cambiar de filtro/perspectiva es fundamental para comunicar respetando e integrando las diferencias culturales.	Respetar una situación de comunicación preestablecida y bien definida. Explorar el potencial que ofrece la diversidad existente en el aula o en la empresa. Recomendar a los alumnos que busquen en Internet ejemplos "buenos y malos" de situaciones de comunicación que integren diferencias culturales; fomentar el debate en grupo. Utilizar juegos/juegos de rol con un grupo basados en componentes interculturales.
U7S1.3 - Producir mensajes orales profesionales dirigidos a interactuar con contactos de otras culturas.	Respetar los códigos (inter)culturales y el protocolo empresarial para la comunicación profesional. Los valores personales y los estereotipos afectan a nuestra capacidad de comunicación, sobre todo con personas que proceden de contextos diferentes. La necesidad de aclarar y comprobar la comprensión y resumir lo debatido para establecer la relación entre la expresión lingüística y el contenido cultural.	Respetar una situación de comunicación preestablecida y bien definida. Poner a los alumnos en situación: escenificación de situaciones de comunicación profesional oral que integren las diferencias culturales/no respeten las diferencias culturales; fomentar el debate en grupo.
U7S1.4 - Producir documentos escritos profesionales destinados a interactuar con contactos de otras culturas.	Respetar los códigos (inter)culturales de comunicación profesional, etiqueta empresarial y protocolo. Los valores personales y los estereotipos afectan a nuestra capacidad de comunicación, sobre todo con personas que proceden de contextos diferentes.	Respetar una situación de comunicación preestablecida y bien definida. Si se trata de una empresa, utilizar documentos reales de la práctica diaria del negocio (cartas, correos electrónicos, licitaciones, propuestas comerciales, etc.). Si es en clase, poner a los alumnos en situación: preparar tareas con un resultado escrito esperado que muestre un uso preciso de los códigos

		culturales para la comunicación profesional (netiqueta y protocolo empresarial) en un país o región determinados.
--	--	---

Descripción de los conocimientos

Conocimientos asociados	Contenido	Consejos pedagógicos
U7K1 - Comunicación profesional oral y escrita en la lengua utilizada en el entorno laboral.	Comunicación profesional oral y escrita en el lenguaje utilizado en el entorno laboral, centrándose en: Comunicación oral: - Comunicación cara a cara. - Comunicación a distancia (teléfono, medios de comunicación en línea, redes sociales). Comunicación escrita: - producción de documentación empresarial pertinente para la actividad y las operaciones comerciales internacionales.	Centrarse en la comunicación profesional, por ejemplo, el tipo de comunicación y la terminología pertinente en el contexto empresarial internacional. Poner a los alumnos en una situación de comunicación oral profesional. Poner a los alumnos en una situación en la que deban elaborar documentación comercial genérica y otros documentos relacionados con el comercio internacional en la lengua dada.
U7K2 - Comunicación profesional oral y escrita en inglés, en el nivel B2 del marco común europeo de referencia para las lenguas.	Comunicación profesional oral y escrita <u>en inglés</u>, centrándose en: Comunicación oral: - Comunicación cara a cara - Comunicación a distancia (teléfono, medios de comunicación en línea, redes sociales). Comunicación escrita: - Elaboración de documentación empresarial escrita relativa a la actividad y las operaciones comerciales internacionales.	Centrarse en la comunicación profesional, por ejemplo, el tipo de comunicación y la terminología pertinente en el contexto empresarial internacional. Poner a los alumnos en situación: dramatización de situaciones de comunicación profesional oral aprovechando los contextos empresariales internacionales y la terminología específica del inglés correspondiente. Poner a los alumnos en situación de tener que elaborar en inglés documentación comercial genérica y otros documentos relacionados con el comercio internacional.
U7K3 - Comunicación profesional oral y escrita en otra lengua extranjera, en el nivel B2 del marco común europeo de referencia para las lenguas.	Comunicación profesional oral y escrita <u>en otra lengua extranjera</u>, centrándose en: Comunicación oral:	Centrarse en la comunicación profesional, por ejemplo, el tipo de comunicación y la terminología pertinente en el

	- Comunicación cara a cara. - Comunicación a distancia. (teléfono, medios de comunicación en línea, redes sociales). Comunicación escrita: - Elaboración de documentación empresarial escrita relativa a la actividad y las operaciones comerciales internacionales.	contexto empresarial internacional. Poner a los alumnos en situación: escenificación de situaciones de comunicación profesional oral explotando contextos empresariales internacionales y la terminología específica correspondiente en otra lengua extranjera. Poner a los alumnos en situación de tener que elaborar documentación comercial genérica y otros documentos relacionados con el comercio internacional en otra lengua extranjera.
U7K4 - Técnicas y modelos de comunicación en un contexto multicultural.	Qué es la comunicación en un contexto multicultural. Técnicas para una comunicación intercultural eficaz. Habilidades de comunicación intercultural. Códigos culturales para la comunicación/práctica profesional (costumbres).	Poner a los alumnos en situación: preparación de una lista de técnicas que deben aplicarse para comunicarse eficazmente en una situación de comunicación intercultural (trabajo en grupos seguido de debate en sesión plenaria). Confiar en un experto. Utilizar casos prácticos.
U7K5 - Tipos y estilos de comunicación no verbal	Tipos y estilos de comunicación no verbal. Cómo utilizar recursos lingüísticos adicionales para mejorar la comunicación. Diferentes actitudes culturales hacia el contacto físico, la proximidad física, el contacto visual, etc.	Poner a los alumnos en situación: preparación de una lista de características culturales hacia la proxémica, la kinésica, la háptica y la oculésica para diferentes culturas (trabajo en grupos, uno en cada cultura seguido de debate en sesión plenaria); utilizar juegos de rol.

Requisitos previos

No.

Módulo 7: Implantación, gestión y animación de una red de contactos internacionales

Vínculo con el repertorio de competencias

Unidad de competencia nº 7: Comunicar y gestionar las relaciones en contextos interculturales.

Situación(es) profesional(es)

El Director/a Operacional de Comercio Internacional desarrolla la relación comercial en un entorno intercultural.

Tiene que construir y mantener una red multicultural de contactos que debe gestionar con flexibilidad en función de las distintas situaciones.

Objetivos del módulo

Habilidades	Conocimientos asociados
U7S2.1 - Constituir una base de datos multicultural y una red de contactos.	U7K6 - Códigos y prácticas culturales (costumbres/hábitos/rituales). U7K7 - Gestión de las relaciones interculturales. U7K8 - Etiqueta y protocolo en los negocios. U7K9 - Marco jurídico de las relaciones laborales individuales y colectivas en los países destinatarios. U7K10 - Gestión de sistemas de información.
U7S2.2 - Mantener una base de datos multicultural y una red de contactos.	
U7S3.3 - Animar una red de contactos profesionales en un contexto multicultural.	

Descripción de las competencias

Habilidades	Limitaciones o contenido	Consejos pedagógicos
U7S2.1 - Constituir una base de datos multicultural y una red de contactos.	Sólo se debe actuar en respuesta a una necesidad. Utilización de un marco preestablecido. Utilización de un caso de estudio de una empresa, creación de una base de datos de contactos, determinación del tipo de contactos que hay que incluir, la información que hay que recoger sobre cada contacto y el software que hay que utilizar.	Limitar el alcance de la base de datos y ampliarlo posteriormente si es necesario. Exigir el uso de medios digitales para el desarrollo de la base de datos. Exigir que se tengan en cuenta las limitaciones legales.
U7S2.2 - Mantener una base de datos multicultural y una red de contactos.	Sólo se debe actuar en respuesta a una necesidad. Utilización de un marco preestablecido.	Limitar el alcance de la información que debe conservarse y ampliarlo posteriormente si es necesario. Exigir el uso de medios digitales.
U7S3.3 - Animar una red de contactos profesionales en un contexto multicultural.	La expresión de las propias opiniones y creencias podría afectar a las buenas relaciones con los demás.	Desarrollarlo en una empresa. Si es en el aula, poner a los alumnos en situación:

		- Escenificación de una participación en una feria comercial internacional - Exploración de posibles formas de proceder para profundizar en las relaciones profesionales existentes y establecer nuevos contactos, seguida de un debate sobre los resultados.
--	--	---

Descripción de los conocimientos

Conocimientos asociados	Contenido	Consejos pedagógicos
U7K6 - Códigos y prácticas culturales (costumbres/hábitos/rituales).	Definiciones de cultura. Componentes de una cultura. Cultura nacional, regional, sectorial, empresarial, personal. Identificación y comparación de las diferencias culturales/Técnicas de información cultural. Distinción entre generalizaciones y estereotipos.	Explorar el potencial que ofrece la diversidad existente en el aula o en la empresa. Centrarse en el hecho de que algunas diferencias culturales son fácilmente identificables y otras no tanto. Los estudiantes deben aprender de su propia cultura.
U7K7 - Gestión de las relaciones interculturales.	Definiciones de valores, normas, interculturalidad, multiculturalidad, diversidad cultural, etnocentrismo. Modelos multiculturales. La noción de relatividad en los modelos culturales.	Explorar el potencial que ofrece la diversidad existente en el aula o en la empresa.
U7K8 - Etiqueta y protocolo en los negocios.	Comunicación con diferentes tipos de personalidad en el trabajo. Etiqueta y protocolo para diversas situaciones empresariales, incluidas las normas no escritas. Netiqueta. Errores comunes de (n)etiqueta. Imagen personal y comunicación no verbal en la proyección de la imagen personal.	Utilizar la metodología “DOs and DONTs” aplicada a casos de estudio/situaciones de aprendizaje previamente preparadas.

	Código de vestimenta (presencial y en línea). Protocolo aplicado a la comunicación escrita. Dirigirse y saludar a dignatarios y personas con autoridad.	
U7K9 - Marco jurídico de las relaciones laborales individuales y colectivas en los países destinatarios.	Según las distintas geografías: - Organización del trabajo (horario laboral; flexibilidad; permisos; protección social; normas y prácticas de pago, etc.). - Tipos de contratos laborales. - Papel del diálogo social.	Explorar ejemplos de países que suelen mantener relaciones comerciales con el país de origen. Centrarse en la comprensión de cómo la legislación y las relaciones laborales afectan a la forma de interactuar con una red de contactos internacionales.
U7K10 - Gestión de sistemas de información.	Definición, funciones, objetivos y tipos de sistemas de información. Necesidades de información. Diferencia entre datos e información. Modelos utilizados en la gestión de la información (relacionales, NoSQL, etc.). Organización de archivos y bases de datos. Seguridad e integridad de los datos.	Poner a los alumnos en situación: preparar una tarea en la que los alumnos deban definir la estructura de un sistema de información ideal pertinente para los negocios internacionales, así como el tipo de información y datos que deben recopilar, de acuerdo con un caso de empresa preparado de antemano. Realizar estudios comparativos. Aplicar el aprendizaje entre iguales.

Requisito previo

No.

Consejos clave

Para cada módulo y a través de cada actividad pedagógica, los profesores y formadores prestarán atención al desarrollo de todas las competencias transversales, la autonomía y la responsabilidad tal y como se describen en el repertorio de competencias.

Competencias transversales, autonomía y responsabilidad

Para tener éxito en su trabajo, el Director/a Operacional de Comercio Internacional debe tener una serie de competencias transversales. Demostrará flexibilidad, capacidad de reacción, creatividad, rigor, organización y respeto de la ética profesional, especialmente cuando actúe en un contexto internacional. Está acostumbrado a trabajar en equipo, a contribuir activamente en el marco de un proyecto y a presentar propuestas de forma voluntaria.

Al trabajar en el extranjero, respeta los diferentes hábitos profesionales y especificidades culturales. Se exige cortesía y respeto en las relaciones con las distintas personas de contacto, así como aplazar los juicios y ser sensible a las diferencias culturales en una situación de trabajo. Debe conocer en todo momento las normas internacionales sobre protección de la población y el medio ambiente. Debe estar al tanto de la situación geopolítica y las tendencias económicas internacionales. También debe mostrar un interés genuino por los nuevos procesos de venta que utilizan la digitalización y los nuevos métodos de venta.

Los Directores/as Operacionales de Comercio Internacional deben ser autónomos en su trabajo diario y tendrán que rendir cuentas de él. Su nivel de autonomía dependerá del tamaño y la estructura de la empresa, de la complejidad de las actividades y los procesos de venta en los que trabajen y de su experiencia laboral; en última instancia, vendrá determinado por el directivo del que dependan. Sus acciones y decisiones autónomas repercutirán en el desarrollo de una economía más sostenible y ecológica.

El Director/a Operacional de Comercio Internacional trabaja bajo el proceso de validación regular de su responsable jerárquico.