



PROGRAMA FORMATIVO

Plan de internacionalización de la empresa de economía social.

Abril 2022

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA DE ECONOMÍA SOCIAL
Familia Profesional:	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Área profesional:	ADMINISTRACIÓN Y AUDITORÍA
Código:	ADGD17
Nivel de cualificación profesional:	1

Objetivo general

Elaborar un plan de marketing internacional, establecer el posicionamiento estratégico y la estrategia a seguir, así como realizar el análisis del mercado y la competencia.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Plan de internacionalización de la empresa de economía social	16 horas
-----------------	---	----------

Modalidades de impartición

Presencial

Duración de la formación:

Duración total	16 horas
-----------------------	----------

Requisitos de acceso del alumnado

No se exige ningún requisito para acceder a la formación, aunque se han de poseer las habilidades de comunicación lingüística suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos - Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes (Área: Ciencias Sociales y Jurídicas) - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes (Área: Ciencias Sociales y Jurídicas).
Experiencia profesional mínima requerida	No se requiere.
Competencia docente	Será necesario tener experiencia metodológica o experiencia docente.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m ² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula polivalente	30 m ²	2 m ² / participante

Espacios formativos	Equipamiento
Aula polivalente	- Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador.

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/ participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

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

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

Ocupaciones relacionadas con el ámbito profesional de la administración y la gestión

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA DE ECONOMÍA SOCIAL

OBJETIVO

Elaborar un plan de marketing internacional, establecer el posicionamiento estratégico y la estrategia a seguir, así como realizar el análisis del mercado y la competencia.

DURACIÓN: 16 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Análisis del mercado y la competencia, y así como evaluación de la misma.
- Adquisición de los conocimientos y habilidades necesarias, para seleccionar y acceder a mercados internacionales, marketing mix y gestión de marcas internacionales.
- Manejo de las herramientas necesarias para posicionar a la empresa a nivel internacional.
- Conocimiento de las tendencias globales del mercado.
- Análisis de las capacidades de la propia empresa.
- Manejo de las herramientas necesarias para aplicar las distintas prácticas de marketing internacional:
 - Política de producto.
 - Política de precios.
 - Política de promoción.
 - Distribución.
 - Canales de venta.
 - Modelos organizativos.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Mejora de las técnicas de organización y comunicación entre otras, necesarias para la elaboración e implantación de un plan de internacionalización de una empresa.
- Aplicación del marketing mix.
- Aplicación del marketing a nivel internacional.
- Implantación global de un plan de internacionalización de la empresa.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

- Se considerará además del aprendizaje de los contenidos teóricos-prácticos, la predisposición al aprendizaje, la participación, el interés, el comportamiento asertivo, la puntualidad, la asistencia y todos aquellos ítems que se consideren de interés como actitudes necesarias en un puesto de trabajo.
- A lo largo de la acción formativa, tanto la metodología, como el sistema de evaluación estarán coordinados y dirigidos a conseguir el objetivo general de la especialidad formativa, así como los resultados del aprendizaje previstos, asegurándose de que la persona participante adquiera el nivel de conocimientos, comprensión y competencias indicadas en la especialización.
- La metodología será eminentemente, práctica, activa y participativa, basada en el aprendizaje continuo y en la utilización de herramientas que permitan la adquisición de conocimientos y destrezas necesarias, para aprender y desarrollar el potencial profesional del alumnado y posterior aplicación del aprendizaje al puesto de trabajo y al ámbito personal si procede

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.
- En cuanto al proceso de evaluación del aprendizaje, el personal docente, trabajará, tanto la teoría, como la práctica correspondiente según cada módulo, utilizando, ejercicios orales y/o escritos, tanto individuales como grupales, simulaciones, juegos, etc..., en función del nivel del alumnado y del número de personas participantes, adaptando siempre el sistema de evaluación a la duración de la acción formativa de forma que sea proporcional el tiempo dedicado a la evaluación con la duración de la misma.
- El método y los criterios de evaluación utilizados serán siempre los adecuados para valorar si el trabajador/a ha adquirido el nivel de conocimientos, comprensión y competencias pretendidas con el desarrollo de la especialidad. Realizándose test escrito u oral, en función de la duración de la acción, que determinarán si la persona participante es apta o no apta.
- El personal docente será quien evalúe mediante las pruebas de evaluación y la correspondiente corrección de las mismas y según los criterios que se hayan establecido, quien considerará si la persona participante es "apta o no apta".