



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES

INSTITUTO NACIONAL
DE EMPLEO

PROGRAMA DE CURSO DE FORMACIÓN PROFESIONAL OCUPACIONAL

Gestión Inmobiliaria

DATOS GENERALES DEL CURSO

1. **Familia Profesional:** SERVICIOS A LAS EMPRESAS

Área Profesional: CONSULTORÍA EMPRESARIAL

2. **Denominación del curso:** GESTIÓN INMOBILIARIA

3. **Código:** EMCE31

4. **Curso:** ESPECÍFICO

5. **Objetivo general:**

Aplicar técnicas de gestión inmobiliaria y marketing a fin de optimizar la viabilidad de las transacciones de bienes inmobiliarios y la captación de clientes.

6. **Requisitos del profesorado:**

6.1. Nivel académico:

Titulación universitaria (preferentemente API, licenciatura en derecho, arquitectura, arquitectura técnica, ciencias económicas o empresariales).

6.2. Experiencia profesional:

Deberá tener tres años de experiencia en la profesión.

6.3. Nivel pedagógico:

Formación metodológica o experiencia docente.

7. **Requisitos de acceso del alumno:**

7.1. Nivel académico o de conocimientos generales:

- BUP, FP II o equivalente.

7.2. Nivel profesional o técnico:

Se precisan conocimientos previos sobre contabilidad general.

7.3. Condiciones físicas:

Ninguna en especial, salvo aquellas que impidan el normal desarrollo de la profesión.

8. **Número de alumnos:**

15 alumnos.

9. **Relación secuencial de bloques de módulos formativos:**

- Técnicas de gestión inmobiliaria.
- Marketing.

10. Duración:

Prácticas.....	110
Conocimientos profesionales	80
Evaluaciones	10
Total	200 horas

11. Instalaciones:

11.1. Aula de clases teóricas:

- Superficie: el aula deberá tener un mínimo de 60 m² para grupos de 15 alumnos (4 m² por alumno).
- Mobiliario: El aula estará equipada con mobiliario docente para 15 plazas, además de los elementos auxiliares.

11.2. Instalaciones para prácticas:

- Superficie: para el desarrollo de las prácticas descritas se usará indistintamente el aula de clases teóricas.
- Iluminación: uniforme, de 250 a 300 lux aproximadamente.
- Condiciones ambientales: temperatura climatizada (20-22 °C).
- Ventilación: natural o controlada asegurando un mínimo de cuatro-seis renovaciones/hora.
- Mobiliario: muebles de oficina y material de ofimática.

11.3. Otras instalaciones:

- Un espacio mínimo de 50 m² para despachos de dirección, sala de profesores y actividades de coordinación.
- Una secretaría.
- Aseos y servicios higiénicosanitarios en número adecuado a la capacidad del centro.
- Los centros deberán reunir las condiciones higiénicas, acústicas de habitabilidad y de seguridad exigibles por la legislación vigente, y disponer de licencia municipal de apertura como centro de formación.

12. Equipo y material:

12.1. Equipo:

- Ocho ordenadores de 486 MHz, 8 Mb de RAM y 1 Gb de HD, monitor VGA color, teclado español, ratón compatible y disquetera de 3,5".
- Tres impresoras láser (o inyección de tinta) con resolución mínima de 300 x 300 dpi.
- Software de base para los ordenadores.
- Software de ofimática para diferentes sistemas operativos: procesador de textos, bases de datos y hoja de cálculo más usuales.
- Equipo audiovisual compuesto por un reproductor de vídeo doméstico con monitor, un proyector de diapositivas y un proyector de opacos y transparencias.

12.2. Herramientas y utillaje:

- Planos y croquis de bienes inmuebles.
- Vídeos de bienes inmuebles.
- Fotografías de bienes inmuebles.
- Impresos y contratos inmobiliarios.

12.3. Material de consumo:

- Material de oficina.

12.4. Material didáctico:

A los alumnos se les proporcionará los medios didácticos y el material escolar, imprescindibles, para el desarrollo del curso.

12.5. Elementos de protección:

En el desarrollo de las prácticas se utilizarán los medios necesarios de seguridad e higiene en el trabajo y se observarán las normas legales al respecto.

13. Inclusión de nuevas tecnologías:

Las nuevas tecnologías deberán estar presentes en el desarrollo de los módulos; no obstante se incidirá especialmente en los temas:

- Telecomunicaciones y multimedia.
- Control de calidad de los servicios.
- Nuevas tendencias y productos del sector financiero.
- Informática y telemática.

DATOS ESPECÍFICOS DEL CURSO

14. Denominación del módulo:

TÉCNICAS DE GESTIÓN INMOBILIARIA.

15. Objetivo del módulo:

Aplicar las técnicas de gestión inmobiliaria en la realización de operaciones de intermediación, en el marco legislativo vigente en materia de derecho público, privado y tributario.

16. Duración del módulo:

150 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- Identificar e interpretar los principales elementos que configuran el derecho privado inmobiliario:
 - Identificar e interpretar las diferentes clases y naturaleza de los contrato inmobiliarios.
 - Identificar y clasificar los diferentes tipos de arrendamientos.
 - Definición del concepto de propiedad horizontal.
 - Diferenciar bienes hipotecables de bienes no hipotecables.
 - Describir las fases que integran la tramitación y el registro de los bienes hipotecables.
 - Identificar y caracterizar los elementos que diferencian las modalidades de contratos inmobiliarios.
- Identificar e interpretar los principales elementos que configuran el derecho público inmobiliario:
 - Relacionar la normativa vigente distinguiendo las competencias de las diferentes Administraciones.
 - Interpretar el régimen urbanístico de la propiedad del suelo.
 - Diferenciar y caracterizar los conceptos que integran un plan urbanístico.
 - Definir las ventajas de financiación y adquisición de una VPO.
 - Simular la tramitación de la adquisición de una VPO.
 - Identificar las condiciones para el deshaucio forzoso.
 - Simular la tramitación de un deshaucio forzoso.
- Identificar y caracterizar los principales conceptos de las figuras tributarias de ámbito nacional y local:
 - Caracterizar los diferentes conceptos que integran la estructura del IRPF.
 - Caracterizar los diferentes conceptos que integran la estructura del IVA.
 - Caracterizar los diferentes conceptos que integran la estructura del Impuesto sobre el Patrimonio.
 - Caracterizar los diferentes conceptos que integran la estructura del Impuesto sobre Sociedades.
 - Determinar la existencia y cuantía de beneficios fiscales en favor de la vivienda en las diferentes figuras tributarias.
- Aplicar las técnicas de la tasación de bienes inmuebles:
 - Aplicar las técnicas y métodos de valoración a un bien inmueble.
 - Estimar el valor del suelo de un bien inmueble según los criterios de valoración.
 - Estimar el valor hipotecario de un bien hipotecable.
 - Localizar el valor catastral de los bienes inmuebles.
- Análisis de las principales características de la financiación inmobiliaria:
 - Aplicar el cálculo mercantil y financiero a las diferentes operaciones inmobiliarias.
 - Calcular cuotas de amortización de préstamos hipotecarios mediante la aplicación de tablas y coeficientes.
 - Describir las características básicas de los materiales de la construcción.

- Identificar y caracterizar los principales procesos y soluciones constructivos.
- Describir los tipos de medición de superficies.
- Interpretar diferentes tipos de planos.
- Verificar el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene en los bienes inmuebles.

B) Contenidos teóricos

- **Derecho privado inmobiliario:**
 - Teoría general de los contratos: conceptos y clases.
 - Arrendamientos urbanos y rústicos.
 - La propiedad horizontal.
 - Derecho hipotecario inmobiliario: ámbito de aplicación y principios reguladores.
 - Modernas modalidades de contratos inmobiliarios.
- **Derecho público inmobiliario:**
 - La Constitución española, la legislación autonómica y de la Unión Europea.
 - Régimen urbanístico de la propiedad del suelo.
 - Planes urbanísticos.
 - Edificaciones de protección oficial. Las viviendas de protección oficial (VPO).
 - Expropiación forzosa
- **Derecho tributario:**
 - Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).
 - Impuesto sobre Patrimonio.
 - Impuesto sobre sucesiones y donaciones.
 - Impuesto sobre transmisiones patrimoniales.
 - Impuesto sobre actos jurídicos documentados.
 - Impuesto sobre el Valor añadido (IVA).
 - Impuestos de haciendas locales: Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI).
 - Impuestos de sociedades.
 - Beneficios fiscales en favor de la vivienda.
- **Valoraciones inmobiliarias:**
 - Técnicas y métodos de valoración.
 - Valoración del suelo.
 - Valoraciones hipotecarias.
 - Valoración urbanística.
 - Valoración catastral.
- **Financiación inmobiliaria:**
 - Productos y operaciones financieros.
 - Cálculo mercantil y financiero en operaciones inmobiliarias.
 - Tablas y coeficientes para el cálculo de cuotas de amortización en préstamos hipotecarios
- **Técnicas básicas de la construcción:**
 - Materiales de la construcción.
 - Cimentación, estructuras, cerramientos, cubiertas y azoteas, revestimientos e instalaciones.
 - Tipos de superficies: medición.
 - Interpretación de planos: planos acotados y a escala.
 - Seguridad e higiene.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Organización sistemática de la información.
- Capacidad de análisis.
- Capacidad, asimilación y mecanización de la información.
- Rigor en el tratamiento de la información.
- Perseverancia en la localización de la información.

14. Denominación del módulo:

MARKETING.

15. Objetivo del módulo:

Dominar los principales instrumentos y técnicas de marketing con el objetivo de desarrollar un plan general de marketing.

16. Duración del módulo:

50 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- Describir y caracterizar los instrumentos del plan de marketing:
 - Identificar y definir los principales medios y soportes de publicidad.
 - Relacionar las técnicas de promoción de ventas.
 - Explicar la funcionalidad y operatividad del marketing directo.
- Implementar acciones de marketing mix:
 - Tipificar productos según sus atributos, marcas y funciones.
 - Determinar el precio de un producto en función de las diferentes condiciones de financiación.
 - Describir y caracterizar las funciones y los diferentes modelos de distribución.
 - Evaluar la utilización de diferentes canales de distribución en función de su coste.
 - Analizar los principales factores de demanda que inciden en el comportamiento del consumidor.
 - Analizar el mercado de un producto considerando la dinámica del mismo, la existencia de segmentaciones y la presencia de competidores.
- Diseñar un plan de marketing:
 - Identificar los aspectos generales del plan de marketing.
 - Aplicar la metodología de diseño a un plan de marketing.
 - Evaluar la coherencia interna de un plan de marketing.
 - Identificar y caracterizar los elementos del plan de marketing, distinguiendo instrumentos y objetivos.

B) Contenidos teóricos

- Instrumentos del plan de marketing:
 - La publicidad: medios y soportes.
 - Las relaciones públicas: tipos y técnicas.
 - La promoción de ventas.
 - El marketing directo.
- Acciones de marketing: el marketing mix:
 - El producto: clases, atributos, marcas y funciones.
 - El precio: márgenes, impuestos, descuentos, bonificaciones y formas de pago.
 - La distribución: funciones, modelos, costes y selección de canales.
 - El consumidor: demanda, comportamiento e influencia de las nuevas tecnologías.
 - El mercado: coyuntura, segmentación y competencia.
- El plan de marketing:
 - Aspectos generales: el mercado, la comunicación y la promoción de ventas.
 - Metodología y coherencia interna del plan de marketing.

- Elementos que configuran el plan de marketing: instrumentos, medios y recursos; metas, fines y objetivos.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Capacidad de análisis.
- Orden y método de trabajo.
- Capacidad de observación del entorno social y económico.
- Facilidad de asociación de conceptos.
- Precisión y concreción en la expresión escrita.