

ANEXO I
ÍNDICES ACCIONES FORMATIVAS

IFCT155PO	INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y LOS ALGORITMOS
	<ol style="list-style-type: none">1. NOCIONES Y ANTECEDENTES.2. CARACTERÍSTICAS DE LA IA.3. SÍMBOLOS Y MÉTODOS NUMÉRICOS.4. FÓRMULAS Y FUNCIONES.5. ALGORITMOS.6. ALGORITMOS Y APLICACIONES DE NEGOCIO (CASO GEOLOCALIZACIÓN).7. SISTEMAS BASADOS EN CONOCIMIENTO.8. MOTORES DE INFERENCIA.9. PATRONES.10. REGLAS Y RESTRICCIONES.
IFCD022PO	DESARROLLO WEB PARA COMERCIO ELECTRÓNICO
	<ol style="list-style-type: none">1. MARKETING WEB.<ol style="list-style-type: none">1.1. Venta estratégica.1.2. Visibilidad en buscadores1.3. Presentación de la información.<ol style="list-style-type: none">1.4. Audiencia.1.5. Entorno de negocio.1.6. Beneficios y costes.2. DISEÑO WEB.<ol style="list-style-type: none">2.1. La Web: Diseño efectivo, desarrollo y uso.2.2. Organización del contenido: CMS.<ol style="list-style-type: none">2.3. Estructura.2.4. Presentaciones multimedia.2.5. Objetivos medibles.2.6. Roles. Workflows (Flujos de trabajo) .2.7 La Web corporativa.2.8. Estándares.2.9 Usabilidad.2.10. Creación de un modelo de usuario.2.11. Test de usabilidad.2.12. Feed RSS.2.13. Tiempos de carga y respuesta.2.14. Beneficios del desarrollo de un buen sitio web.3. WWW: PROTOCOLOS Y LENGUAJES .<ol style="list-style-type: none">3.1. World Wide Web.3.2. Conceptos básicos.3.3. URL.3.4. Cliente-servidor.3.5. Protocolos HTTP y HTTPS. HTTP y MIME3.6. Lenguajes markup.3.7. CGI. Applet.

- 3.8. Cookies.
- 3.9. Configuración de los principales navegadores
- 3.10. Sistemas operativos móviles.
- 3.11. Configuraciones .
- 3.12. Servicios Web.
- 3.13. Conexiones seguras.
- 3.14. Verificación de los estándares de una web -W3C (World Wide Web Consortium)

- 4. DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES WEB.
- 4.4. Elección de la plataforma.
- 4.2. Lenguajes.
- 4.3. Componentes del Estándar J2EE: Servlets y JSPs.
- 4.4. Elementos críticos en páginas e-commerce.
- 4.5. Imágenes Digitales.
- 4.6. Edición multimedia.
- 4.7. El video digital.
- 4.8 .Historia. Píxel.
- 4.9. Frame (fotograma).
- 4.10. Relación de Aspecto (Aspect Ratio).
- 4.11. FPS (Frames per second).
- 4.12. Video progresivo/entrelazado.
- 4.13. Compresión de video.
- 4.14. Contenedor de vídeo.
- 4.15. Estándares de video analógico y digital.
- 4.16. Emisión de TV analógica: PAL, NTSC y SECAM.
- 4.17. Formatos estándares analógicos: VHS, S-VHS, Video8.
- 4.18. Formatos estándares digitales de reproducción: DV, miniDV, DVD, Blu-Ray.
- 4.19. Interfaces de señal de video: analógicas y digitales.
- 4.20. Audio digital.
- 4.21. La señal de audio como archivo.
- 4.22. Storyboard para diseñar películas y animaciones.
- 4.23. Hardware para la manipulación de audio/video digital.
- 4.24. Tarjeta de sonido.
- 4.25. Conexiones de audio.
- 4.26. Capturadora de video analógico.
- 4.27. Tarjeta de video.
- 4.28. Animaciones Flash.
- 4.29. Captura de video digital.

COMT0008 COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

- Conocimiento acerca de la Web 2.0 + mundo online.
 - Asimilación de los principios de la Web 2.0.
 - Comprensión de La empresa 2.0
 - Digitalización de una empresa.
 - Gestión adecuada del tiempo.
 - Uso de la red como fuente de información.
- Localización de partners, colaboradores y proveedores.
 - Administración electrónica.
 - Gestión de la banca electrónica.
- Seguimiento de la normativa respecto a la reducción inversión económica.

- Conocimiento de los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre.
- Gestión de las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax PC-PC, what app...
 - Gestión exitosa de clientes.
 - Atención al cliente on-line: eMail, chat.
 - Uso de los foros y su empleo como herramienta de asistencia.
- Gestión de las quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta

ADGG117PO ESCRIBIR CON ÉXITO Y DE MANERA PERSUASIVA EN EMPRESAS

1. OBJETIVOS Y RETOS DE LA ESCRITURA
 - 1.1. Determinación de objetivos de las comunicaciones escritas.
 - 1.2. Formatos y soportes en la comunicación escrita.
 - 1.3. Tipología de textos: correos, mensajes instantáneos, informes...
 - 1.4. Condicionantes legales y administrativos.
2. TÉCNICAS DE PERSUASIÓN
 - 2.1. Uso del lenguaje.
 - 2.2. Estructura de los textos.
 - 2.3. Conclusiones y finalización.
3. ESTRUCTURA DE LOS TEXTOS DIRIGIDAS A LA PERSUASIÓN
 - 3.1. Introducción, exposición de problema, conclusión y resolución.
 - 3.2. El párrafo: número de ideas por párrafo y estructura interna del párrafo.
4. USO DE PARATEXTOS
 - 4.1. Saludos y presentaciones.
 - 4.2. Agradecimientos y despedidas.
 - 4.3. Firmas.
5. GESTIÓN EMOCIONAL DE LOS TEXTOS
 - 5.1. Ambigüedad de contextos y formas de solucionarlas.
 - 5.2. Uso de emojis, gifs y otros códigos paratextuales.
6. PUNTUACIÓN Y ÉNFASIS ENFOCADAS A LA PERSUASIÓN
 - 6.1. Reglas de uso de comas y puntos
 - 6.2. Ruptura de párrafos
 - 6.3. Otros códigos: dos puntos, puntos suspensivos, etcétera.
 - 6.4. Negrillas
 - 6.5. Cursivas
7. PRINCIPALES ERRORES DE REDACCIÓN
8. ESTRUCTURA DE LA FRASE: ELEMENTOS Y CONSTRUCCIÓN DE LA FRASE
9. RITMO
10. USO DEL GERUNDIO
11. ORTOGRAFÍA BÁSICA
12. HERRAMIENTAS DE AYUDA A LA REDACCIÓN
13. CORRECTORES
14. HERRAMIENTAS DE TEXTO PREDICTIVO
15. DICCIONARIOS ONLINE
16. TÉCNICAS DE AUTOEVALUACIÓN
 - 16.1. Técnicas de autocorrección
 - 16.2. Test de eficacia
 - 16.3. Checklists

COMM087PO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS AL SERVICIO DE LA GESTIÓN COMERCIAL DE CLIENTES

1. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA ACCIÓN COMERCIAL

- 1.1. La Planificación Comercial.
- 1.2. Determinar los Objetivos Comerciales.
- 1.3. Análisis del Mercado.
- 1.4. Métodos de Predicción de Ventas.
- 1.5. Segmentación de clientes.
- 1.6. Distribución de recursos.
- 1.7. Plan de Acción Comercial. Planteamientos iniciales.
- 1.8. Desarrollo del Plan de Acción Comercial.
- 1.9. Fuentes de captación de clientes.
- 1.10. Argumentarios de Ventas.
- 1.11. Preparación de la visita comercial.
- 1.12. Herramientas de control y medición de la planificación comercial.

2. PROCESO DE GESTIÓN DE VENTAS

- 2.1. Presentación de beneficios: Introducción. Argumentos de ventas. Argumentación y proceso de venta.
- 2.2. Reconfiguración: Introducción. Objeciones.
- 2.3. Formalización del vínculo: El cierre. Proceso de cierre. Requisitos para un cierre eficaz.
- 2.4. Atención al cliente: Reconocer. Asumir. Informar. Comunicar. Emprender. Solucionar.

3. EL CRM COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 3.1. ¿Qué es un CRM?.
- 3.2. Beneficios la empresa.
- 3.3. Aplicaciones. ¿Cuándo y para qué se utiliza?.
- 3.4. Marketing Relacional y CRM.
- 3.5. Herramientas del Marketing Relacional.
- 3.6. Objetivos del Marketing Relacional y de las Soluciones CRM.
- 3.7. El CRM y la fidelización de clientes.
- 3.8. El CRM y el aumento de las ventas.
- 3.9. El CRM y la calidad del servicio al cliente.

4. ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING INNOVADORAS CENTRADAS EN EL CLIENTE

- 4.1. Análisis y diagnóstico de la cartera de clientes. Detección de oportunidades.
- 4.2. Las bases de datos y sistemas de explotación de la información.
- 4.3. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.
- 4.4. Atención de las necesidades del cliente.
- 4.5. Incrementar el valor de los clientes actuales.
- 4.6. La venta cruzada.
- 4.7. Beneficios de la venta cruzada.
- 4.8. Cómo enfocar la venta cruzada.

5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 5.1. Concepto de fidelización de clientes.
- 5.2. Los programas de fidelización.
- 5.3. Ventajas de la fidelización.
- 5.4. Vinculación de clientes.
- 5.5. Factores de fidelización.

6. LA PROACTIVIDAD COMERCIAL COMO ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- 6.1. La importancia de ser proactivo.

- 6.2. El esfuerzo continuado.
- 6.3. La orientación al cliente.
- 6.4. La imagen que transmitimos al cliente.
- 6.5. Planificación y optimización de recursos.
- 6.6. 10 Puntos para ser Proactivos.
- 6.7. La satisfacción de los clientes.

7. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS Y APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 EN LA GESTIÓN COMERCIAL

- 7.1. La web 2.0. Herramientas y aplicaciones en la relación comercial con clientes.
- 7.2. Aplicaciones comerciales de las Redes Sociales en la gestión comercial.
- 7.3. Aplicaciones comerciales de blogs, microblogging, foros y wikis.
- 7.4. Aplicaciones comerciales de plataformas de vídeo y fotografía.
- 7.5. Sindicación de contenidos y podcasting.
- 7.6. Beneficios del posicionamiento en buscadores.
- 7.7. Planificación de acciones y campañas.

COMT099PO TIENDA VIRTUAL: PRESTASHOP

1. CREACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL.

- 1.1. Introducción a la tienda virtual.
- 1.2. Tipo de nombres de dominio. Como elegir un nombre.
- 1.3. Tipos de Hosting Web. Como elegir un Hosting.
- 1.4. Contratación de Dominios y Hosting web.
- 1.5. Instalación de Prestashop.
- 1.6. Personalización del aspecto de Prestashop mediante plantillas.

2. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL.

- 2.1. Introducción al comercio virtual.
- 2.2. Configuración General.
- 2.3. Categorías / Productos.
- 2.4. Módulos de pago.
- 2.5. Módulos de envío.
- 2.6. Clientes y Pedidos.
- 2.6.1. Detalles y gestión de clientes.
- 2.6.2. Detalles y gestión de pedidos.
- 2.7. Configuración de los usuarios.
- 2.8. Copias de seguridad.

3. GESTIÓN DE TIENDA VIRTUAL.

- 3.1. Atributos de productos.
- 3.2. Grupo de precios.
- 3.3. Impuestos I.V.A.
- 3.4. Idiomas y traducciones.
- 3.5. Monedas.
- 3.6. Operaciones con módulos.
- 3.6.1. Mover y trasladar módulos.
- 3.6.2. Instalar nuevos módulos.
- 3.7. Importar datos de productos.
- 3.8. Actualización de la versión.

4. CÓMO CONSEGUIR MÁS CLIENTES.

- 4.1. Exponer adecuadamente los productos en la tienda virtual.
- 4.2. Posicionamiento en Google y optimización SEO.

- 4.2.1. Optimización interna de los textos.
- 4.2.2. Creación de enlaces. Link building.
- 4.2.3. Búsqueda de enlaces externos.
- 4.2.4. Directorios.
- 4.2.5. Utilización de las Estadísticas de Búsqueda de Google.
- 4.3. Pago por clic Google Adword.
- 4.3.1. Cómo funciona el pago por clic en Adword.
- 4.3.2. Herramienta para palabras clave.
- 4.4. Promoción en redes sociales.
- 4.4.1. Promoción del negocio en Youtube, Facebook, etc.
- 4.5. Analizar la rentabilidad de las acciones de marketing.
- 4.5.1. Estadísticas con Google Analytics.
- 4.5.2. Darse de alta e instalar Google Analytic.
- 4.5.3. Analizar con Google Analytic.

ADGG017PO DESARROLLO TIC PARA LA FIDELIZACIÓN Y ACCIÓN COMERCIAL.
GAMIFICACIÓN.

- 1. MODELOS COMERCIALES PARA LA NUEVA ERA.
 - 1.1. Mercado.
 - 1.2. Competencia.
 - 1.3. Clientes.
 - 1.4. Propuesta de Valor.
 - 1.5. Cambios, transformación, creatividad y desarrollo.
 - 1.6. Estrategias de canal y las nuevas tecnologías.
 - 2. CRM.
 - 3. BUSINESS INTELLIGENCE.
 - 4. LA UBICUIDAD.
 - 4.1. Mobility.
 - 4.2. Gamificación móvil.
 - 5. SOPORTE Y MANTENIMIENTO.
 - 6. ESCUCHA ACTIVA: REDES SOCIALES.
- CONTENIDOS PRÁCTICOS DE CADA UNA DE LAS UNIDADES.

IFCD031PO DESARROLLO DE SERVICIOS WEB

- 1. SERVICIO WEB
 - 1.1. Arquitectura de los Servicios Web
 - 1.2. Tecnologías básicas
 - 1.3. Tecnologías J2EE para Servicios Web
- 2. CREACIÓN DE SERVICIOS WEB
 - 2.1. Arquitectura de los Servicios Web orientados a RPC
 - 2.2. Tipos de datos compatibles
 - 2.3. Creación de servicios con WebLogic
 - 2.4. Handlers de mensajes
- 3. INVOCACIÓN DE SERVICIOS WEB
 - 3.1. Tipos de acceso
 - 3.2. Invocación mediante stub estático
 - 3.3. Invocación mediante proxy dinámico

- 3.4. Interfaz de invocación dinámica (DII)
 4. REGISTROS XML
 - 4.1. Características de los registros UDDI
 - 4.2. Acceso a registros mediante JAXR
 - 4.3. Servidores de registro
5. PROYECTO DE PROGRAMACIÓN DE UNA APLICACIÓN DE SERVICIO WEB

IFCT184PO ANÁLISIS DE DATOS Y VINCULACIÓN DE BBDD CON EXCEL

1. REVISIÓN DE CONCEPTOS
2. VALIDACIÓN DE DATOS
3. FILTROS AUTOMÁTICOS
4. FILTROS AVANZADOS
5. FUNCIONES DE BÚSQUEDA
6. TRABAJO CON DIFERENTES HOJAS, FUNCIONES TRIDIMENSIONALES
7. VINCULAR BBDD CON LA HOJA DE CÁLCULO, DATOS EXTERNOS
8. SUBTOTALES Y ESQUEMAS
9. TABLAS DINÁMICAS
10. INTRODUCCIÓN A MACROS.

FCOI09 INICIACIÓN A LA APLICACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS EMPRESAS

- Definición de la Transformación digital.
 - Alcance de la transformación digital.
- Incorporación de la tecnología: planificación y análisis del nuevo entorno.
 - Desarrollo de estrategia y visión digital.
- Determinación de las herramientas de trabajo para el uso de la tecnología.
- Conocimiento de las herramientas básicas: ofimática, internet, soluciones en aplicaciones básicas de Microsoft (Excel, Word, Power Point, Outlook, Bases de datos).
- Herramientas de comunicación (videoconferencias y reuniones online): WhatsApp, Zoom, Google Meet, Skype.
 - Email: organización y uso de plantillas.
- Almacenamiento e intercambio de información: Google Drive, Dropbox, Intranets.
 - La nube, organización y compartición.
 - Gestión de proyectos en la nube.
 - Redes virtuales, Facebook, Youtube.
 - Caracterización de conexiones en red
 - Router y VPN.
- Aplicación de nuevas tecnologías a la empresa.
 - Uso del comercio electrónico.
- Aplicación de medidas preventivas para una compra segura.
 - Marketing on line.
 - Manejo de teléfonos inteligentes.
- Manejo de la operativa de llamadas, contactos, mensajes y correos.
 - Búsqueda e instalación de aplicaciones en el teléfono móvil.
- Identificación y discriminación de la conectividad móvil (Wi-Fi, Bluetooth, Datos).

- Utilización de Tablets.
 - Principales ajustes de la tablet.
 - Gestión de aplicaciones.
 - Sistema operativo.
 - Pantalla.
 - Otros aspectos.

IFCT106PO PROTECCIÓN DE EQUIPOS EN LA RED

1. LA NECESIDAD DE PROTEGERSE EN LA RED
2. LOS PELIGROS POSIBLES: LOS VIRUS INFORMÁTICOS
3. LAS SOLUCIONES: EL ANTIVIRUS
4. OTROS CONCEPTOS SOBRE SEGURIDAD INFORMÁTICA
 - 4.1. Firewall
 - 4.2. Spam
 - 4.3. Phising
5. ACTUALIZACIONES DEL SOFTWARE

ANEXO II DECLARACIÓN RESPONSABLE

D/D^a....., con D.N.I., en calidad de..... de la entidad....., con CIFy con domicilio en..... y teléfono.....al objeto de contratación de **“los servicios de una plataforma de teleformación para la impartición de acciones formativas del programa de formación de ámbito Estatal, dirigidas prioritariamente a personas ocupadas de ámbito del programa transversal”** del Expediente F241377AA, convocado por Centro de Estudios Universitarios Superiores de Andalucía (EUSA S.L.U), declara bajo su personal responsabilidad:

- Tener plena capacidad de obrar y hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias (recibos de alta y estar al corriente del pago, o exento del mismo, del Impuesto sobre Actividades Económicas, certificaciones positivas que acrediten la no existencia de deudas con la Administración del Estado y con las Haciendas Autonómicas, y con la Seguridad Social, impuestas por las disposiciones vigentes).
- No encontrarse incurso en las prohibiciones para contratar con la Administración previstas en la legislación aplicable.
- Tener la suficiente solvencia mínima, técnica profesional y financiera, y contar con las autorizaciones necesarias para ejercer la actividad.
- Que cumple con los requisitos exigidos en la convocatoria, que acepta las condiciones de la licitación, y que desea participar en la licitación, para lo cual presenta la presente solicitud acompañada de la documentación necesaria para licitar en este expediente de contratación.
- Que, declara que la entidad cuenta con las Certificaciones ISO exigidas en los pliegos de la licitación, así como del correspondiente plan de igualdad. Todo ello, en vigor durante la totalidad de la vigencia del contrato.
- Que, en su caso, la entidad se halla inscrita en el Registro de Licitadores que a continuación se indica, y que las circunstancias de la entidad que en él figuran respecto de los requisitos exigidos para la admisión del presente procedimiento de contratación son exactas y no han experimentado variación.
- Se pronuncia afirmativamente sobre la existencia del compromiso a que se refieren los artículos 75.2 y 76.2 de la LCSP, en el caso de que resulten de aplicación.
- En el caso de resultar adjudicatario de la presente licitación, se compromete a entregar cuanta documentación original le sea exigida, relacionada con la capacidad y solvencia de la empresa, así como las certificaciones de estar al corriente de sus obligaciones fiscales y con la seguridad social, o que acredite cualquier otra circunstancia que no sea impedimento para contratar con el sector público.

- Asimismo, manifiesta que, en caso de resultar adjudicatario para la prestación de los servicios solicitados de dichas acciones formativas, se compromete a la formalización del contrato y se hace responsable de que exista toda la dotación necesaria para impartir dichas acciones formativas, ajustándose a la normativa que las regula para que se desarrolle adecuadamente. Así como, las consecuencias que se deduzcan para Centro de Estudios Universitarios Superiores de Andalucía (EUSA S.L.U) o para terceros, de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.

El firmante acredita la veracidad de la información arriba indicada,

En....., a de de

Firma y sello de la empresa:

ANEXO III PROPUESTA ECONÓMICA

D/D^a....., con D.N.I., en calidad de..... de la entidad....., con CIFy con domicilio en..... y teléfono.....

Manifiesta que, conforme con todos los requisitos y condiciones al objeto de participar en el proceso de contratación de “los servicios de una plataforma de teleformación para la impartición de acciones formativas del programa de formación de ámbito Estatal, dirigidas prioritariamente a personas ocupadas de ámbito del programa transversal” del Expediente F241377AA, convocado por Centro de Estudios Universitarios Superiores de Andalucía (EUSA S.L.U), y hallándose conforme con la totalidad de las condiciones establecidas en los mismos,

DECLARA, bajo su responsabilidad, su voluntad de participar en dicho procedimiento y se compromete a asumir la ejecución del contrato en caso de resultar adjudicatario, con estricto cumplimiento de los requisitos, obligaciones y condiciones establecidos, por el siguiente importe económico, debidamente desglosado:

Importe base: [] euros // ([]) euros en letra)

Importe IVA: [] euros // ([]) euros en letra)

Importe total: [] euros // ([]) euros en letra)

Todo ello de conformidad con el contenido de los pliegos que rigen la licitación, cuyo contenido declara conocer y aceptar en su totalidad.

Asimismo, hace constar que en la elaboración de esta oferta se han tenido en cuenta las obligaciones legales y reglamentarias vigentes en materia de fiscalidad, protección medioambiental, condiciones laborales, igualdad de género, prevención de riesgos laborales, así como la integración socio-laboral de personas con discapacidad, incluyendo, en su caso, el compromiso de contratación del porcentaje que resulte exigible.

En....., a de

Firma y sello de la empresa:

ANEXO IV
DECLARACIÓN RESPONSABLE DE DISPONIBILIDAD DEL CONTENIDO FORMATIVO EN LA PLATAFORMA DE TELEFORMACIÓN

D/D^a....., con D.N.I., en calidad de..... de la entidad....., con CIFy con domicilio en..... y teléfono.....al objeto de contratación de ***“los servicios de una plataforma de teleformación para la impartición de acciones formativas del programa de formación de ámbito Estatal, dirigidas prioritariamente a personas ocupadas de ámbito del programa transversal”*** del Expediente F241377AA, convocado por Centro de Estudios Universitarios Superiores de Andalucía (EUSA S.L.U), declara responsablemente:

__Declara que el contenido formativo estará completamente integrado en la plataforma de teleformación en un plazo máximo de siete (7) días hábiles desde la fecha de adjudicación del contrato, comprometiéndose a que dicha integración incluirá todos los materiales didácticos, recursos interactivos, actividades de evaluación y funcionalidades necesarias para garantizar el inicio inmediato de las acciones formativas conforme a los requisitos establecidos en los pliegos de prescripciones técnicas. La entidad licitadora asume, además, que el cumplimiento de este plazo es esencial para la correcta ejecución del contrato, quedando sujeta a las penalizaciones o consecuencias previstas en caso de incumplimiento.

__Declara que el contenido formativo no estará completamente integrado en la plataforma de teleformación en el plazo de siete (7) días hábiles desde la fecha de adjudicación del contrato, y que, en consecuencia, no podrá garantizar el cumplimiento de los plazos de inicio establecidos en la convocatoria. La entidad licitadora es conocedora de que esta circunstancia podrá ser valorada negativamente por el órgano de contratación, pudiendo suponer una causa de exclusión o pérdida de puntuación técnica en el proceso de adjudicación, en los términos recogidos en los pliegos.

En....., a de

Firma y sello de la empresa:

ANEXO V

(A presentar por el licitador que haya obtenido la mayor puntuación)

DECLARACIÓN RESPONSABLE DE RELACIÓN DE LOS PRINCIPALES TRABAJOS O SERVICIOS REALIZADOS

D/D^a....., con D.N.I., en calidad de..... de la entidad....., con CIFy con domicilio en..... y teléfono.....al objeto de contratación de **“los servicios de una plataforma de teleformación para la impartición de acciones formativas del programa de formación de ámbito Estatal, dirigidas prioritariamente a personas ocupadas de ámbito del programa transversal”** del Expediente F241377AA, convocado por Centro de Estudios Universitarios Superiores de Andalucía (EUSA S.L.U), declara responsablemente que los principales trabajos de iguales o similares características realizados por la entidad en los últimos 3 años son los que a continuación se detallan:

NOMBRE, DESCRIPCIÓN Y OBJETO DEL PROYECTO	ENTIDAD CONTRATANTE	FECHAS DE COMIENZO Y FIN	FECHA DE FIN	IMPORTE PROYECTO

El documento deberá acompañarse de los certificados acreditativos de la ejecución de los trabajos realizados. Siendo requisito indispensable que la cuantía de los mismos ha de ser igual o superior al presupuesto base de la licitación 46.016,10 €.

En....., a de de

Firma y sello de la empresa