



COMM0110 Marketing y Compraventa Internacional

COMM0110 Marketing y Compraventa Internacional

Duración: 750 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: A distancia

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



Bolsa de empleo:

El alumno en desempleo puede incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas. Le pondremos en contacto con nuestras empresas colaboradoras en todo el territorio nacional

Comunidad:

Participa de nuestra comunidad y disfruta de muchas ventajas: descuentos, becas, promociones, etc....

Formas de pago:

- Mediante transferencia
- Por cargo bancario
- Mediante tarjeta
- Por Pay pal
- Consulta nuestras facilidades de pago y la posibilidad de fraccionar tus pagos sin intereses

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.



Programa del curso:

UNIDAD FORMATIVA 1. UF1779 ENTORNO E INFORMACIÓN DE MERCADOS ASOCIACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (SIM).

1. Definición y funciones del SIM.
2. Componentes del SIM.
3. Diferencias entre el SIM y la investigación comercial.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL MARKETING.

1. El entorno macroeconomico.
2. El entorno demografico.
3. El entorno cultural.
4. El entorno político.
5. El entorno legal.
6. El entorno tecnológico.
7. El entorno medioambiental.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL MARKETING.

1. El mercado.
2. Componentes del microentorno.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SELECCIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOS.

1. Tipología de la informacion de mercados.
2. Descripción y características de los principales sistemas de obtencion de informacion primaria cualitativa.
3. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa:
4. Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales.
5. Procedimientos para cumplir los criterios en la seleccion de las fuentes y datos de informacion:

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS.

1. Aplicaciones informaticas para la gestion y archivo de la informacion de mercados.
2. Bases de datos.
3. Utilización de soportes informáticos para el almacenamiento de datos.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF1780 INVESTIGACIÓN Y RECOGIDA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

1. Concepto y alcance.
2. El papel de la investigación de mercados en el SIM (Sistema de Información de Mercados).
3. Etapas de la investigacion de mercados.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCEDIMIENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN PRIMARIA.



1. Tipos de procedimiento: la entrevista en profundidad y la observación.
2. Proceso de organización y ejecución de entrevistas en profundidad.
3. La observación.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA ENCUESTA.

1. Concepto y características.
2. Clases de encuestas.
3. Consideraciones previas a la realización de encuestas.
4. Fases de ejecución de la encuesta.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CUESTIONARIO.

1. Concepto y utilidad.
2. Estructura del cuestionario.
3. Tipos de preguntas de un cuestionario.
4. Pautas para la elaboración de preguntas.
5. Proceso de evaluación del cuestionario.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MUESTREO.

1. Concepto y alcance.
2. El proceso de diseño de la muestra.
3. Técnicas de muestreo no probabilístico.
4. Técnicas de muestreo probabilístico.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.

1. Variables a considerar en la planificación del trabajo de campo.
2. El papel de los encuestadores en el desarrollo del trabajo de campo.

UNIDAD FORMATIVA 3. UF1781 TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE DATOS E INFORMACIÓN DE MERCADOS.

1. Objeto de la codificación y tabulación de datos.
2. Trabajos previos a la codificación y tabulación de datos.
3. Elaboración de un código maestro.
4. Tabulación de datos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS.

1. Análisis descriptivo.
2. Probabilidad.
3. Inferencia estadística.
4. Análisis estadístico bivariante:
5. Introducción al análisis multivariante en la investigación de mercados.
6. Utilización de programas informáticos para el análisis estadístico en la investigación de mercados.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INFORMES Y PRESENTACIONES COMERCIALES DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS.

1. Informes comerciales.
2. Presentaciones orales.

UNIDAD FORMATIVA 1. UF1782 POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.



1. La decision de internacionalizacion de la empresa.

2. Etapas del proceso de internacionalización.
3. Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL.

1. Atributos del producto.
2. El ciclo de vida del producto.
3. Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales
4. La cartera de productos internacional.
5. La marca.
6. La política de producto en los mercados online.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL.

1. Análisis de la variable «precio» como instrumento del marketing internacional.
2. Estandarización/adaptación de precios internacionales.
3. Factores que influyen en la determinación de precios internacionales.
4. Análisis de rentabilidad.
5. Estrategias de precios.
6. Cotización de precios internacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL.

1. La comunicación en el marketing: concepto y funciones.
2. La publicidad.
3. La promoción de ventas
4. Las relaciones públicas.
5. Otras herramientas de la política de comunicación:
6. Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación.
7. Las ferias internacionales y las misiones comerciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL.

1. Canales de distribución.
2. Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales.
3. Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta.
4. Las relaciones internas del canal.
5. Fórmulas de entrada en los mercados exteriores.
6. Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales.
7. Internet como canal de distribución internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CÁLCULO DE VALORES Y TENDENCIAS DE MERCADO.

1. Herramientas para el cálculo de valores estadísticos.
2. Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos.
3. Hojas de cálculo.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF1783 PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL.

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional.
2. Análisis de la situación.
3. Diagnóstico: análisis DAFO.
4. Establecimiento de los objetivos del marketing.
5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL.



1. El plan de accion de marketing
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing.
3. El control del plan de marketing.
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing.
2. Determinación de los objetivos del briefing.
3. La elección de la estructura del briefing.
4. Como realizar un briefing
5. La presentacion del briefing.

UNIDAD FORMATIVA 1. UF1757 INFORMACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO, POLÍTICO Y JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Comercio interior, exterior e internacional.
2. El sector exterior español:
3. Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas.
4. Organismos Internacionales:
5. La integración económica regional. Principales bloques económicos.
6. La Union Europea:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BARRERAS Y OBSTÁCULOS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES INTERNACIONALES.

1. Barreras arancelarias:
2. Barreras no arancelarias:
3. Medidas de defensa comercial:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Informacion de comercio internacional:
2. Canales y fuentes de informacion en el comercio internacional:
3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.
4. Gestion de la informacion de comercio internacional:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Localizacion y busqueda de clientes/proveedores internacionales:
2. Clasificacion de los clientes/proveedores y criterios de organizacion:
3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores:
4. Confeccion de fichas y bases de datos de clientes y proveedores:
5. Control de clientes/proveedores internacionales:
6. Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores.
7. Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONDICIONES DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL.

1. Operaciones de compraventa internacional.
2. Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional.
3. Condiciones de entrega en el comercio internacional, INCOTERMS:
4. Interpretación práctica de cada INCOTERM.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DE OFERTAS EN COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional.
2. Oferta internacional:
3. Elementos de la tarifa de precios:
4. Presentacion de la tarifa:

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE PEDIDOS Y FACTURACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Proceso documental de la operacion comercial.
2. Orden de pedido:
3. Preparación del pedido. Lista de contenido.
4. Factura proforma:
5. Factura comercial:

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Aplicaciones generales, función y utilidades:
2. Aplicaciones específicas: descripción, funciones y utilización:

UNIDAD FORMATIVA 2. UF1784 NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Preparación de la negociación internacional:
2. Desarrollo de la negociación internacional.
3. Técnicas de la negociación internacional:
4. Consolidación de la negociación internacional:
5. Estilos de negociación comercial:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES.

1. Los procesos de comunicacion y las relaciones comerciales:
2. Tipos de comunicacion:
3. Actitudes y técnicas en la comunicacion:
4. La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes.
5. La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales:
6. La comunicación escrita en el comercio internacional:
7. Relaciones públicas en el comercio internacional.
8. Internet como instrumento de comunicacion:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL.

1. Regulación de la compraventa internacional
2. Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París.
3. El contrato de compraventa internacional:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS CONTRATOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL.

1. Intermediación comercial internacional:
2. Contrato de agencia:
3. Contrato de distribución:
4. Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior:
5. Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Contrato de transferencia tecnológica:
2. Contrato de Joint venture:
3. Contrato de franquicia:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL.

1. Vías de prevención y resolución conflictos derivados del contrato.
2. Principales organismos arbitrales.
3. El procedimiento arbitral internacional.

PARTE 4. MF1010_3 INGLÉS PROFESIONAL PARA COMERCIO

UNIDAD FORMATIVA 1. UF1764 INGLÉS ORAL Y ESCRITO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN INGLÉS.

1. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional:
2. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional:
3. Léxico y fonética de las condiciones de entrega:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESENTACIONES COMERCIALES EN INGLÉS.

1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en inglés.
2. Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación:
3. Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN INGLÉS.

1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional.
2. Interacción entre las partes de una negociación comercial
3. Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.
4. Fórmulas de persuasión en una negociación internacional.
5. Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTEXTO SOCIOPROFESIONAL DE LAS OPERACIONES COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales.
2. Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales.
3. Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GIROS Y MODISMOS ADECUADOS AL CONTEXTO DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF1765 DOCUMENTACIÓN EN INGLÉS PARA EL COMERCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DOCUMENTACIÓN DE GESTIÓN COMERCIAL EN INGLÉS.

1. Estructura lingüística y léxico de las ofertas y documentación comercial internacional.
2. Redacción de acuerdos de operaciones de comercio internacional.
3. Estructura lingüística y léxico de la facturación de operaciones comerciales.
4. Documentación financiera y de medios de pago habituales.
5. Pólizas de seguros de exportación/importación.
6. Informes comerciales
7. Otros documentos comerciales en inglés.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REDACCIÓN EN INGLÉS DE INFORMES Y CORRESPONDENCIA COMERCIAL.

1. Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial.
2. Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
3. Reclamaciones:
4. Prorroga:
5. Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases.
6. Faxes.
7. Correos electrónicos:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN Y GESTIÓN ADUANERA EN CONTEXTOS INTERNACIONALES.

1. Fuentes de información aduanera en inglés: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países.
2. Interpretación de términos y expresiones en documentos aduaneros
3. Liquidación de impuestos

4. Certificaciones y homologaciones internacionales

UNIDAD FORMATIVA 1. UN LINGÜAJE EXTRANJERO ORAL Y ESCRITO, DISTINTO DEL INGLÉS, EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS.

1. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional:
2. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional:
3. Léxico y fonética de las condiciones de entrega:

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESENTACIONES COMERCIALES EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS.

1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en lengua extranjera distinta del inglés.
2. Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación:
3. Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS.

1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional.
2. Interacción entre las partes de una negociación comercial
3. Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.
4. Fórmulas de persuasión en una negociación internacional.
5. Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTEXTO SOCIOPROFESIONAL DE LAS OPERACIONES COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales.
2. Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales.
3. Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.
4. Giros y modismos adecuados al contexto del comercio internacional.
5. Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF1786 DOCUMENTACIÓN EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS, PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DOCUMENTACIÓN DE GESTIÓN COMERCIAL EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS.

1. Estructura lingüística y léxico de las ofertas y documentación comercial internacional.
2. Redacción de acuerdos de operaciones de comercio internacional.
3. Estructura lingüística y léxico de la facturación de operaciones comerciales.
4. Documentación financiera y de medios de pago habituales.
5. Pólizas de seguros de exportación/importación.
6. Informes comerciales
7. Otros documentos comerciales en lengua extranjera.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REDACCIÓN EN LENGUA EXTRANJERA, DISTINTA DEL INGLÉS, DE INFORMES Y CORRESPONDENCIA COMERCIAL.

1. Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial.
2. Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
3. Reclamaciones:
4. Prorroga:
5. Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases.
6. Faxes.
7. Correos electrónicos:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN Y GESTIÓN ADUANERA EN CONTEXTOS INTERNACIONALES.

1. Fuentes de información aduanera en lengua extranjera: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países.
2. Interpretación de términos y expresiones en documentos aduaneros:
3. Documentación de operaciones intracomunitarias en lengua extranjera, distinta del inglés.
4. Liquidación de impuestos.
5. Certificaciones y homologaciones internacionales.