

FICHA DE CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

(COMM0110) MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL (RD 1522/2011, de 31 de octubre)

COMPETENCIA GENERAL: Obtener y tratar información para el sistema de información de mercados elaborando la información de base para la aplicación de las políticas de marketing-mix internacional, y asistir en los procesos de negociación vinculados al contrato de compraventa internacional utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera.

NIV.	Cualificación profesional de referencia	Unidades de competencia		Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:
3	COM316_3 MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL (RD 109/2008 de 1 de febrero).	UC1007_3	Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.	Técnicos/as en comercio exterior. Agente comercial internacional. Técnico/a de marketing internacional. Técnico/a de venta internacional. Asistente al departamento de operaciones comerciales internacionales.
		UC1008_3	Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing-mix internacional.	
		UC1009_3	Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos/servicios.	
		UC1010_3	Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.	
		UC1011_3	Comunicarse en una lengua distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.	

Correspondencia con el Catálogo Modular de Formación Profesional

H. Q	Módulos certificado	H. CP	Unidades formativas	Horas
120	MF1007_3: Sistemas de información de mercados	180	UF1779: Entorno e información de mercados	60
			UF1780: Investigación y recogida de información de mercados	60
			UF1781: Tratamiento y análisis de la información de mercados	60
120	MF1008_3: Marketing-mix internacional	130	UF1782: Políticas de marketing internacional	90
			UF1783: Plan e informes de marketing internacional	40
120	MF1009_3: Negociación y compraventa internacional	160	UF1757: Información y gestión operativa de la compraventa internacional	80
			UF1784: Negociación y contratación internacional	80
120	MF1010_3: Inglés profesional para comercio internacional	120	UF1764: Inglés oral y escrito en el comercio internacional.	90
			UF1765: Documentación en inglés para el comercio internacional	30
120	MF1011_3: Lengua extranjera profesional, distinta del Inglés, para comercio internacional	120	UF1785: Lengua extranjera oral y escrita, distinta del inglés, en el comercio internacional.	90
			UF1786: Documentación en lengua extranjera, distinta del inglés, para el comercio internacional	30
	MP0378: Módulo de prácticas profesionales no laborales	40		
600	Duración horas totales certificado de profesionalidad	750	Duración horas módulos formativos	710

RELACIÓN DE MÓDULOS FORMATIVOS Y DE UNIDADES FORMATIVAS CON SUS CONTENIDOS:

MF1007_3:

Sistemas de información de mercados (180 horas).

- Entorno e información de mercados (60 horas).
 1. **El Sistema de Información de Mercados (SIM).**
 - Definición y funciones del SIM.
 - Componentes del SIM.
 - Diferencias entre el SIM y la investigación comercial.
 2. **Análisis del macroentorno del marketing.**
 - El entorno macroeconómico.
 - El entorno demográfico.
 - El entorno cultural.
 - El entorno político.
 - El entorno legal.
 - El entorno tecnológico.
 - El entorno medioambiental.
 3. **Análisis del microentorno del marketing.**
 - El mercado.
 - Componentes del microentorno.
 4. **Selección de las fuentes de información de mercados.**
 - Tipología de la información de mercados.
 - Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa.
 - Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa.
 - Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales.
 - Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información.
 5. **Gestión y archivo de la información de mercados.**
 - Aplicaciones informáticas para la gestión y archivo de la información de mercados.
 - Bases de datos.
 - Utilización de soportes informáticos para el almacenamiento de datos.
- Investigación y recogida de información de mercados (60 horas).
 1. **La investigación de mercados.**
 - Concepto y alcance.
 - El papel de la investigación de mercados en el SIM (Sistema de Información de Mercados).
 - Etapas de la investigación de mercados.
 2. **Procedimientos de recogida de información primaria.**
 - Tipos de procedimiento: la entrevista en profundidad y la observación.
 - Proceso de organización y ejecución de entrevistas en profundidad.
 - La observación.
 3. **La encuesta.**
 - Concepto y características.
 - Clases de encuestas.
 - Consideraciones previas a la realización de encuestas.
 - Fases de ejecución de la encuesta.
 4. **El cuestionario.**
 - Concepto y utilidad.
 - Estructura del cuestionario.
 - Tipos de preguntas de un cuestionario.
 - Pautas para la elaboración de preguntas.
 - Proceso de evaluación del cuestionario.
 5. **El muestreo.**
 - Concepto y alcance.
 - El proceso de diseño de la muestra.
 - Técnicas de muestreo no probabilístico.
 - Técnicas de muestreo probabilístico.
 6. **Organización del trabajo de campo.**
 - Variables a considerar en la planificación del trabajo de campo.
 - El papel de los encuestadores en el desarrollo del trabajo de campo.
- Tratamiento y análisis de la información de mercados (60 horas).
 1. **Codificación y tabulación de datos e información de mercados.**
 - Objeto de la codificación y tabulación de datos.
 - Trabajos previos a la codificación y tabulación de datos:
 - Elaboración de un código maestro.
 - Tabulación de datos.
 2. **Análisis estadístico de la información de mercados.**
 - Análisis descriptivo.
 - Probabilidad.
 - Inferencia estadística.

- Análisis estadístico bivariente:
- Introducción al análisis multivariante en la investigación de mercados.
- Utilización de programas informáticos para el análisis estadístico en la investigación de mercados.

3. Informes y presentaciones comerciales de la información de mercados.

- Informes comerciales.
- Presentaciones orales.

MF1008_3:

Marketing-mix internacional (130 horas).

- Políticas de marketing internacional (90 horas).
 - 1. Internacionalización de la empresa.**
 - La decisión de internacionalización de la empresa.
 - Etapas del proceso de internacionalización.
 - Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa.
 - 2. Política de producto en el marketing internacional.**
 - Atributos del producto.
 - El ciclo de vida del producto.
 - Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales
 - La cartera de productos internacional.
 - La marca.
 - La política de producto en los mercados online.
 - 3. Política de precio en el marketing internacional.**
 - Análisis de la variable «precio» como instrumento del marketing internacional.
 - Estandarización/adaptación de precios internacionales.
 - Factores que influyen en la determinación de precios internacionales.
 - Análisis de rentabilidad.
 - Estrategias de precios.
 - Cotización de precios internacionales.
 - 4. Política de comunicación de marketing internacional.**
 - La comunicación en el marketing: concepto y funciones.
 - La publicidad.
 - La promoción de ventas
 - Las relaciones públicas.
 - Otras herramientas de la política de comunicación:
 - Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación.
 - Las ferias internacionales y las misiones comerciales.
 - 5. Política de distribución en el marketing internacional.**
 - Canales de distribución.
 - Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales.
 - Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta.
 - Las relaciones internas del canal.
 - Fórmulas de entrada en los mercados exteriores.
 - Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales.
 - Internet como canal de distribución internacional
 - 6. Herramientas informáticas para el cálculo de valores y tendencias de mercado.**
 - Herramientas para el cálculo de valores estadísticos.
 - Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos.
 - Hojas de cálculo.
- Plan e informes de marketing internacional (40 horas).
 - 1. Planificación de marketing internacional**
 - El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional.
 - Análisis de la situación.
 - Diagnóstico: análisis DAFO.
 - Establecimiento de los objetivos del marketing.
 - Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales.
 - 2. Plan operativo y acciones de marketing internacional.**
 - El plan de acción de marketing
 - Asignación presupuestaria de las acciones de marketing.
 - El control del plan de marketing.
 - Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional.
 - 3. Briefing de productos y/o marcas en la internacionalización de la empresa.**
 - Concepto y funciones del briefing en el marketing.
 - Determinación de los objetivos del briefing
 - La elección de la estructura del briefing
 - Como realizar un briefing
 - La presentación del briefing.

- Información y gestión operativa de la compraventa internacional (80 horas).

- 1. Marco económico, político y jurídico del comercio internacional**

- Comercio interior, exterior e internacional.
- El sector exterior español.
- Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas.
- Organismos Internacionales.
- La integración económica regional. Principales bloques económicos.
- La Unión Europea.

- 2. Barreras y obstáculos a los intercambios comerciales internacionales**

- Barreras arancelarias.
- Barreras no arancelarias.
- Medidas de defensa comercial.

- 3. Fuentes de información en el comercio internacional**

- Información de comercio internacional.
- Canales y fuentes de información en el comercio internacional.
- Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.
- Gestión de la información de comercio internacional.

- 4. Búsqueda y gestión de clientes y proveedores en comercio internacional**

- Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales.
- Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización.
- Tipos de archivos de los clientes/proveedores.
- Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores.
- Control de clientes/proveedores internacionales.
- Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores.
- Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional.

- 5. Condiciones de la compraventa internacional**

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

- 6. Elaboración de ofertas en comercio internacional**

- Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional.
- Oferta internacional.
- Elementos de la tarifa de precios.
- Presentación de la tarifa.

- 7. Gestión de pedidos y facturación en el comercio internacional**

- Proceso documental de la operación comercial.
- Orden de pedido.
- Preparación del pedido. Lista de contenido.
- Factura proforma.
- Factura comercial.

- 8. Aplicaciones informáticas en la gestión administrativa del comercio internacional**

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

- Negociación y contratación internacional (80 horas).

- 1. Negociación de operaciones de comercio internacional**

- Preparación de la negociación internacional.
- Desarrollo de la negociación internacional.
- Técnicas de la negociación internacional.
- Consolidación de la negociación internacional.
- Estilos de negociación comercial.

- 2. Técnicas de comunicación y relaciones comerciales internacionales**

- Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales.
- Tipos de comunicación.
- Actitudes y técnicas en la comunicación.
- La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes.
- La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales.
- La comunicación escrita en el comercio internacional.
- Relaciones públicas en el comercio internacional.
- Internet como instrumento de comunicación.

- 3. El contrato de compraventa internacional**

- Regulación de la compraventa internacional.
- Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París.
- El contrato de compraventa internacional.

- 4. Los contratos de intermediación comercial**

- Intermediación comercial internacional.
- Contrato de agencia.
- Contrato de distribución:

- Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior.
- Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores.

5. Otras modalidades contractuales en el comercio internacional

- Contrato de transferencia tecnológica.
- Contrato de Joint venture.
- Contrato de franquicia.

6. El arbitraje comercial internacional

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

MF1010_3:

Inglés profesional para comercio internacional (120 horas).

• **Inglés oral y escrito en el comercio internacional (90 horas).**

1. Gestión de operaciones de comercio internacional en inglés

- Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional.
- Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional.
- Léxico y fonética de las condiciones de entrega.

2. Presentaciones comerciales en inglés

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

3. Negociación de operaciones de comercio internacional en inglés

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

4. Contexto socioprofesional de las operaciones comercio internacional

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

• **Documentación en inglés para el comercio internacional (30 horas).**

1. Documentación de gestión comercial en inglés

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

2. Redacción en inglés de informes y correspondencia comercial

- Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial.
- Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
- Reclamaciones.
- Prorroga.
- Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases.
- Faxes.
- Correos electrónicos.

3. Documentación y gestión aduanera en contextos internacionales

- Fuentes de información aduanera en inglés: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países.
- Interpretación de términos y expresiones en documentos aduaneros.
- Documentación de operaciones intracomunitarias en inglés.
- Liquidación de impuestos.
- Certificaciones y homologaciones internacionales.

MF1011_3:

Lengua extranjera profesional, distinta del inglés, para comercio internacional (120 horas).

• **Lengua extranjera oral y escrita, distinta del inglés, en el comercio internacional (90 horas).**

1. Gestión de operaciones de comercio internacional en lengua extranjera, distinta del inglés

- Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional.

- Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional.
 - Léxico y fonética de las condiciones de entrega.
 - 2. Presentaciones comerciales en lengua extranjera, distinta del inglés**
 - Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en lengua extranjera distinta del inglés.
 - Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación.
 - Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés.
 - 3. Negociación de operaciones de comercio internacional en lengua extranjera, distinta del inglés.**
 - Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional.
 - Interacción entre las partes de una negociación comercial
 - Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.
 - Fórmulas de persuasión en una negociación internacional.
 - Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos.
 - 4. Contexto socioprofesional de las operaciones comercio internacional**
 - Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales.
 - Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales.
 - Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.
 - Giros y modismos adecuados al contexto del comercio internacional.
 - Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor.
- Documentación en lengua extranjera, distinta del inglés, para el comercio internacional (30 horas).
 - 1. Documentación de gestión comercial en lengua extranjera, distinta del inglés**
 - Estructura lingüística y léxico de las ofertas y documentación comercial internacional.
 - Redacción de acuerdos de operaciones de comercio internacional.
 - Estructura lingüística y léxico de la facturación de operaciones comerciales.
 - Documentación financiera y de medios de pago habituales.
 - Pólizas de seguros de exportación/importación.
 - Informes comerciales
 - Otros documentos comerciales en lengua extranjera.
 - 2. Redacción en lengua extranjera, distinta del inglés, de informes y correspondencia comercial**
 - Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial.
 - Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
 - Reclamaciones.
 - Prorroga.
 - Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases.
 - Faxes.
 - Correos electrónicos.
 - 3. Documentación y gestión aduanera en contextos internacionales**
 - Fuentes de información aduanera en lengua extranjera: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países.
 - Interpretación de términos y expresiones en documentos aduaneros.
 - Documentación de operaciones intracomunitarias en lengua extranjera, distinta del inglés.
 - Liquidación de impuestos.
 - Certificaciones y homologaciones internacionales.

MP0378:

Módulo de prácticas profesionales no laborales de Marketing y compraventa internacional (40 horas)