



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

COMM0110 Marketing y Compraventa Internacional (en Francés) (Certificado de Profesionalidad Completo)





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminetemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de
19
años de
experiencia

Más de
300k
estudiantes
formados

Hasta un
98%
tasa
empleabilidad

Hasta un
100%
de financiación

Hasta un
50%
de los estudiantes
repite

Hasta un
25%
de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
**FAMILIA
NUMEROSA**

20% Beca
**DIVERSIDAD
FUNCIONAL**

20% Beca
**PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS**



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

COMM0110 Marketing y Compraventa Internacional (en Francés) (Certificado de Profesionalidad Completo)



DURACIÓN
750 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

TITULACIÓN de haber superado la FORMACIÓN NO FORMAL que le Acredita las Unidades de Competencia recogidas en el Certificado de Profesionalidad COMM0110 Marketing y Compraventa Internacional, regulada en el Real Decreto 1522/2011, de 31 de Octubre, del cual toma como referencia la Cualificación Profesional COM316_3 Marketing y Compraventa Internacional (Real Decreto 109/2008, de 1 de Febrero). De acuerdo a la Instrucción de 22 de marzo de 2022, por la que se determinan los criterios de admisión de la formación aportada por las personas solicitantes de participación en el procedimiento de evaluación y acreditación de competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral o vías no formales de formación. EUROINNOVA FORMACIÓN S.L. es una entidad participante del fichero de entidades del Sepe, Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Euroinnova International Online Education.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A
Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER
La Dirección Académica





Con Estatuto Consultivo, Categoría Superior del Consejo Económico y Social de la UNED (CCE) (Plan: Resolución 1045)

Descripción

En el ámbito del mundo del comercio y marketing es necesario conocer los diferentes campos en el marketing y compraventa internacional dentro del área profesional marketing y relaciones públicas. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para los sistemas de información de mercados, el marketing-mix internacional, la negociación y compraventa internacional y el inglés profesional para comercio internacional.

Objetivos

Realizar este Curso en Marketing y Compraventa Internacional tiene los siguientes objetivos: - Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados. - Realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing-mix internacional. - Asistir en los procesos de negociación y ejecución de las operaciones de compra-venta internacional de productos/servicios. - Comunicarse en francés, con un nivel de usuario competente, en las relaciones y actividades de comercio internacional.

A quién va dirigido

Este Curso en Marketing y Compraventa Internacional está dirigido a los profesionales del mundo del comercio y marketing. Concretamente a los que quieran dedicarse al marketing y compraventa internacional dentro del área profesional marketing y relaciones públicas, y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con los sistemas de información de mercados, el marketing-mix internacional, la negociación y compraventa internacional y el inglés profesional para

comercio internacional.

Para qué te prepara

La presente formación se ajusta al itinerario formativo del Certificado de Profesionalidad COMM0110 Marketing y Compraventa Internacional certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en él incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal, vía por la que va a optar a la obtención del correspondiente Certificado de Profesionalidad, a través de las respectivas convocatorias que vayan publicando las distintas Comunidades Autónomas, así como el propio Ministerio de Trabajo (Real Decreto 1224/2009 de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral).

Salidas laborales

Gracias a este Curso en Marketing y Compraventa Internacional podrá desarrollar su actividad profesional, por cuenta ajena y propia, en el departamento de exportación e importación de cualquier empresa, en empresas intermediarias del comercio internacional tales como agencias transitarias, agencias comerciales, agencias de aduanas, empresas de asesoramiento comercial, importadores, exportadores, distribuidores-comercializadores, asociaciones, instituciones, y otros organismos gubernamentales y no gubernamentales que realicen transacciones internacionales.

TEMARIO

MÓDULO 1. MF1007_3 SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD FORMATIVA 1. UF1779 ENTORNO E INFORMACIÓN 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. Descripcion 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 investigación 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. Analisis estadistico bivariante:
5. Introduccion al analisis multivariante en la investigacion de mercados.
6. Utilizacion de programas informaticos para el analisis estadistico en la investigacion de mercados.

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

1. Informes comerciales.
2. Presentaciones orales.

MÓDULO 2. MF1008_3 MARKETING-MIX INTERNACIONAL

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 internacionalizacion.
3. Las variables de marketing en la internacionalizacion 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. Estandarizacion/adaptacion 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 determinacion de precios internacionales.
4. Analisis de rentabilidad.
5. Estrategias de precios.
6. Cotizacion 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 promocion de ventas
4. Las relaciones publicas.
5. Otras herramientas de la politica de comunicacion:
6. Factores que influyen en las decisiones de politica internacional de comunicacion.
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 acción 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 presentación del briefing.

MÓDULO 3. MF1009_3 NEGOCIACIÓN Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL

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. Información de comercio internacional:
2. Canales y fuentes de información en el comercio internacional:
3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.
4. Gestión de la información de comercio internacional:

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

1. Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales:
2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización:
3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores:
4. Confección 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. Presentación de la tarifa:

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

1. Proceso documental de la operación 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 comunicación y las relaciones comerciales:
2. Tipos de comunicación:
3. Actitudes y técnicas en la comunicación:
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 comunicación:

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.

MÓDULO 4. MF1010_3 INGLÉS PROFESIONAL PARA COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD FORMATIVA 1. 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
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. 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

MÓDULO 5. MF1011_3 LENGUA EXTRANJERA PROFESIONAL, DISTINTA DEL INGLÉS PARA COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD FORMATIVA 1. UF1785 LENGUA EXTRANJERA ORAL Y ESCRITA, DISTINTA 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.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group