



Técnico Profesional en Comercio Exterior y Exportación



Working

Formación Integral S.L.

www.workingformacion.com

OBJETIVOS

Este curso online de Técnico Profesional en Comercio Exterior y Exportación ofrece una formación superior para aquellas personas interesadas en conocer las distintas operaciones comerciales y de exportación a nivel internacional en el ámbito profesional del comercio.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La decision de internacionalizacion de la empresa
Etapas del proceso de internacionalizacion
Las variables de marketing en la internacionalizacion de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

Atributos del producto
El ciclo de vida del producto
Estandarizacion/adaptacion de los productos en los mercados internacionales
La cartera de productos internacional
La marca
La política de producto en los mercados online

UNIDAD DIDÁCTICA 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 determinacion de precios internacionales
Análisis de rentabilidad

Estrategias de precios
Cotizacion de precios internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 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

UNIDAD DIDÁCTICA 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
Formulas 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

MÓDULO 2. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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

MÓDULO 3. INFORMACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BARRERAS Y OBSTÁCULOS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES INTERNACIONALES.

Barreras arancelarias
Barreras no arancelarias
Medidas de defensa comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 11. 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

Elaboración 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

UNIDAD DIDÁCTICA 12. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 13. 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

MÓDULO 4. NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 14. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 15. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 16. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 17. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 18. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

Contrato de transferencia tecnológica
Contrato de Joint venture
Contrato de franquicia

MODALIDAD

METODOLOGÍA

Online. Se entrega el material a través de nuestra plataforma virtual homologada. Contará con acceso a la misma las 24 horas al día los 365 días a la semana.

<http://cursosonline.workingformacion.com>

DURACIÓN

300 horas.

IMPARTIDO POR

Tutor experto en la materia. Contará con apoyo a través de nuestra plataforma en todo momento.

Al finalizar el curso se hará entrega de un
DIPLOMA HOMOLOGADO





Working

Formación Integral S.L.

Paseo Rosales 32, local 9 50008 Zaragoza
976 242 109 - info@workingformacion.com

www.workingformacion.com

