

TÉCNICO PROFESIONAL EN COMERCIO EXTERIOR Y EXPORTACIÓN (ONLINE)



436,00 € - 589,00 €

Categorías: [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Comercio Internacional](#), [Cursos online](#) |

INFORMACIÓN

Duración	300 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. MÓDULO 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. La decisión de internacionalización 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
8. MÓDULO 2. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. 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
5. MÓDULO 3. INFORMACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. BARRERAS Y OBSTÁCULOS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES INTERNACIONALES.

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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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 11. 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 12. 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 13. 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
5. MÓDULO 4. NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 14. 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 15. 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 16. 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 17. 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 18. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

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

