

Técnico profesional en comercio exterior y exportación

Duración: 60 h

Objetivos

Conocer las distintas operaciones comerciales y de exportación a nivel internacional en el ámbito profesional del comercio.

TEMARIO

MÓDULO 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 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

UNIDAD DIDÁCTICA 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

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 determinación de precios internacionales

Análisis de rentabilidad

Estrategias de precios

Cotización 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 publicas

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

Diagnostico: 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

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

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