CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
16B05C08	Javier Fernández	15 h	Medio/Avanzado

Dirigido a

Profesionales de empresas de actividad logística que quieran ampliar sus conocimientos en relación al comercio exterior, poniendo especial énfasis en operarios, mandos intermedios, directores.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumnado se iniciará en el comercio exterior y conocerá las principales áreas del mismo, la selección de mercados y la forma de acceso a mercados internacionales, así como los requisitos necesarios para la realización de relaciones comerciales.

COMPETENCIAS

1. Iniciarse en el comercio exterior para conocer ventas y compras fuera de las fronteras de los países.
2. Conocer que es el marketing, como lo utilizan las empresas y la importancia que tiene para saber satisfacer las necesidades del cliente.
3. Conocer la mercadotecnia, es decir, el estudio de mercados a los que nos vamos a dirigir para poder llevar a cabo con éxito las exportaciones.
4. Conocer estrategias de exportación para poder entrar en los mercados de otros países.
5. Conocer los requisitos , documentación, aranceles, etc. del país de destino para asegurarnos el éxito en operaciones de C.E.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Aprender cómo funciona y en que se basa el comercio exterior.
2. Saber qué es el marketing, cuáles son sus elementos principales.
3. Identificar en que nos debemos basar y mercado buscamos en función de creencias, cultura etc.
4. Aprender a identificar oportunidades de vender fuera, la importancia de colaboraciones y adaptarse a los mercados.
5. Saber hacer un estudio de mercado en país de destino, y conocer documentación aranceles etc.

CONTENIDOS

Unidad 1. Comercio exterior
1. Origen del comercio exterior
   1.1. Intercambio en el comercio exterior
   1.2. Barreras al comercio exterior
   1.3. Defensa comercial
2. Introducción a la operativa del comercio internacional
   2.1. Riesgos del comercio exterior

Unidad 2. Marketing
1. Introducción al concepto de marketing
2. Evolución histórica del marketing
3. Orientación de marketing en la empresa
4. Elementos básicos del marketing
   4.1. Marketing estratégico
   4.2. Marketing operativo
   4.3. Marketing mix

Unidad 3. Mercados
1. Selección de mercados exteriores
2. Aspectos legales

Unidad 4. Exportación
1. Comercialización. Formas de acceso a mercados internacionales
2. Exportación directa
   2.1. El agente comercial o sales manager
   2.2. El comercio electrónico
3. Exportación indirecta
   3.1. Otras formas de distribución / compañías de trading
4. Acuerdos de colaboración
   4.1. Otras formas de distribución
5. Implantación

Unidad 5. Enlaces
1. Enlaces de interés para la realización de operaciones en comercio exterior
   1.1. La documentación que necesito para cada país, en caso de que decida exportar
   1.2. Requisitos de importación por país
   1.3. Aranceles, tasas e impuestos para cada producto / país de destino
   1.4. Localizar estudios de mercado que me faciliten mi planificación estratégica
   1.5. Estudios de competencia
   1.6. Lugares de exposición, ferias y promoción de nuestros productos
   1.7. Cómo obtener información a través de la red sobre comercio exterior
   1.8. Información sobre instituciones que apoyan la gestión y el ejercicio del exportador