



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Especialista en Mercados Exteriores

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Especialista en Mercados Exteriores

duración total: 200 horas

horas teleformación: 100 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El presente CURSO EN MERCADOS EXTERIORES ofrece una formación especializada en la materia. Si trabaja en el entorno del comercio internacional y quiere conocer los aspectos esenciales para operar en los mercados exteriores este es su momento, con el Curso en Mercados Exteriores podrá adquirir los conocimientos oportunos que le permitirán desenvolverse profesionalmente en este sector.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Conocer el marco económico, político y jurídico del comercio internacional.
- Aprender los aspectos de la regulación de la contratación internacional.
- Negociar operaciones de comercio internacional.
- Conocer técnicas de comunicación y relaciones comerciales internacionales.

para qué te prepara

Este CURSO ONLINE EN MERCADOS EXTERIORES le prepara para conocer a fondo el entorno del comercio exterior y las técnicas que influyen en el éxito a la hora de realizar transacciones o negociaciones con otras personas en el ámbito internacional.

salidas laborales

Comercio exterior / Mercados internacionales / Transacciones internacionales.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

**INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES**

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

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

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

**forma de bonificación**

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Mercados Exteriores'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio.

Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.
- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo**UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO, POLÍTICO Y JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

- 1.Comercio Interior, Exterior e Internacional
 - 1.- Comercio Interior
 - 2.- Comercio Exterior
 - 3.- Comercio Internacional
 - 4.- Operaciones del Comercio Internacional
- 2.El Sector Exterior Español
 - 1.- Comercio de productos, servicios e inversiones
 - 2.- Marco normativo general del comercio exterior en España
 - 3.- Régimen de las importaciones y exportaciones
 - 4.- Relaciones comerciales por países y sectores en España
- 3.Balanza de Pagos y Otras magnitudes Macroeconómicas
 - 1.- Balanza de Pagos
 - 2.- Producto Interior Bruto y Producto Nacional Bruto
- 4.Organismos Internacionales
 - 1.- El Acuerdo General sobre Aranceles y Aduaneros y Comercio (GATT)
 - 2.- Organización Mundial del Comercio.
 - 3.- Fondo Monetario Internacional
 - 4.- Grupo Banco Mundial
 - 5.- Conferencia de Naciones Unidas sobre el Desarrollo (UNCTAD)
- 5.La Integración Económica Regional. Principales Bloques Económicos
 - 1.- La Integración Económica Regional
 - 2.- Principales Bloque Económicos
- 6.La Unión Europea
 - 1.- Política comercial de la Unión Europea
 - 2.- Mercado Único

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE NEGOCIACIÓN EN LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

- 1.Preparación de la negociación internacional
- 2.Desarrollo de la negociación internacional
- 3.Consolidación o cierre de la negociación internacional
- 4.Técnicas de negociación internacional
 - 1.- Estrategias de negociación internacional
 - 2.- Tácticas de negociación
 - 3.- Cuestiones prácticas
- 5.Los conflictos comerciales internacionales: proceso de resolución y arbitraje internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REGULACIÓN DE LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

- 1.Principales operaciones realizadas en el comercio internacional
 - 1.- La exportación
 - 2.- La importación
- 2.La organización empresarial y la exportación
- 3.Los medios de pago internacionales
 - 1.- Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago
 - 2.- El cheque
 - 3.- Transferencias bancarias
 - 4.- Orden de pago documentaria
 - 5.- Créditos documentarios
 - 6.- Remesa documentaria

4.Sistemas de información internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONDICIONES DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1.Operaciones de compraventa internacional

1.- Obligaciones de las partes que intervienen

2.Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional

3.Condiciones de entrega en el Comercio Internacional (INCOTERMS)

1.- Concepto

2.- Finalidad y alcance

3.- Aspecto Contractual de los INCOTERMS

4.- Utilización de los INCOTERMS según la modalidad de transporte, el tipo de operación y el medio de pago o c internacional

5.- Revisiones. Análisis INCOTERMS

6.- Clasificación de los INCOTERMS en grupos

7.- Obligaciones de comprador y vendedor según incoterms

8.- Transmisión de costes y de riesgos

4.Interpretación práctica de cada INCOTERM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELABORACIÓN DE OFERTAS EN COMERCIO INTERNACIONAL

1.Proceso Comercial en las operaciones de compraventa internacional

2.Oferta Internacional

1.- Información básica de la oferta

2.- Elaboración

3.- Presentación

4.- Negociación de la oferta comercial

5.- Importancia de la tarifa de precios en la relación de la compraventa

6.- Condiciones de entrega y tarifa de precios

3.Elementos de la tarifa de precios

1.- Producto

2.- Unidad de venta

3.- Vigencia

4.- Precio y condiciones internacionales de entrega: los Incoterms

5.- Información complementaria, observaciones y aclaraciones

4.Presentación de la tarifa

1.- Tarifa general de la empresa

2.- Tarifa personalizada: por el país, por cliente

3.- Precio e Incoterm

UNIDAD DIDÁCTICA 6. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1.Preparación de la negociación internacional

1.- Análisis del proceso

2.- Planificación de la negociación

3.- Componentes básicos de la negociación

4.- Fases que configuran la negociación

2.Desarrollo de la negociación internacional

3.Técnicas de la negociación internacional

1.- Tipología cliente/proveedor

2.- Tipología productos

3.- Aspectos socio-profesionales del país cliente/proveedor

4.Consolidación de la negociación internacional

1.- Puntos de acuerdo

2.- Momento de cierre

3.- Problemas de cierre

5. Estilos de negociación comercial

- 1.- Negociación intercultural: diferencias y semejanzas
- 2.- Estados Unidos
- 3.- Inglaterra
- 4.- Francia
- 5.- Alemania
- 6.- Japón
- 7.- China
- 8.- Hispanoamérica

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

1. Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales:

- 1.- Etapas, canales y medios
- 2.- Dificultades y barreras en la comunicación entre operadores internacionales
- 3.- Recursos para manipular datos de percepción.
- 4.- La comunicación generadora de comportamientos

2. Tipos de comunicación

- 1.- Comunicaciones masivas: publicidad y promoción.
- 2.- Comunicaciones selectivas: Marketing directo y telemarketing
- 3.- Comunicaciones personales: Venta personal

3. Actitudes y técnicas en la comunicación

- 1.- Coherencia comunicativa e imagen corporativa. Función e importancia
- 2.- Medios y equipos. Innovaciones tecnológicas aplicadas a la comunicación
- 3.- Autoconocimiento y desarrollo personal. Habilidades de comunicación

4. La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes

5. La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales

- 1.- La comunicación telefónica y presencial
- 2.- Técnicas de recepción y transmisión de mensajes orales.
- 3.- La atención al cliente. Actitudes y técnicas que favorecen la comunicación.

6. La comunicación escrita en el comercio internacional

- 1.- Normas de comunicación y expresión escrita
- 2.- Modelos de comunicación

7. Relaciones públicas en el comercio internacional.

8. Internet como instrumento de comunicación:

- 1.- Comercio electrónico: el B2B y el B2C

UNIDAD DIDÁCTICA 8. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Contrato de transferencia tecnológica:

- 1.- Acuerdos de licencia de patente.
- 2.- Acuerdos de licencia de know how.
- 3.- Clausulado estándar

2. Contrato de Joint Venture

- 1.- Concepto legal y normas aplicables
- 2.- Estructura del contrato

3. Contrato de franquicia

- 1.- Características generales
- 2.- Obligaciones del franquiciador
- 3.- Obligaciones del franquiciado

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Información del Comercio Internacional

- 1.- Información comercial de clientes y proveedores internacionales
- 2.- Información de los países de origen y destino

- 3.- Información de apoyo a la internacionalización de la empresa
- 2. Canales y Fuentes de Información en el comercio internacional:
 - 1.- Instituto Español de Comercio Exterior
 - 2.- Cámaras de comercio
 - 3.- Oficinas Comerciales
 - 4.- Asociaciones empresariales
 - 5.- Entidades Financieras
 - 6.- Agencia Tributaria. Dirección General de Aduanas
- 3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional
- 4. Gestión de la Información de Comercio Internacional
 - 1.- Técnicas de archivo y actualización de la información
 - 2.- Criterios de organización y archivo de la información
 - 3.- Elaboración de bases de datos y aplicaciones informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN COMERCIO INTERNACIONAL

- 1. Localización y Búsqueda de clientes/proveedores internacionales
 - 1.- Directorios, portales y guías multisectoriales
 - 2.- E-Market places sectoriales y otros
 - 3.- Ferias internacionales: ayudas a la externalización de las empresas
- 2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización
 - 1.- Frecuencia de compra/venta
 - 2.- Volumen
 - 3.- Rentabilidad
 - 4.- Otros
- 3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores
 - 1.- Principal
 - 2.- Secundario
 - 3.- Físico
 - 4.- Informático
- 4. Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
 - 1.- Elementos
 - 2.- Codificación
 - 3.- Modelos
 - 4.- Aplicaciones informáticas aplicadas a la confección de fichas y bases de datos clientes y proveedores
- 5. Control de clientes/proveedores
 - 1.- Frecuencia de pedidos
 - 2.- Consumo
 - 3.- Tamaño de los pedidos
 - 4.- Variaciones en compras/ventas
 - 5.- Cumplimiento de plazos y condiciones de pago, entregas y otros
 - 6.- Incidencias
 - 7.- Rentabilidad
- 6. Creación de sistemas de alertas de nuevos clientes/proveedores
- 7. Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional

