



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso Superior de Marketing en el Comercio Exterior (Online)

+ Información Gratis

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

Curso Superior de Marketing en el Comercio Exterior (Online)

duración total: 180 horas

horas teleformación: 90 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

La importancia del mercado internacional nace como consecuencia del crecimiento del mercado; a la hora de abordar el mercado internacional existen numerosas estrategias, herramientas, políticas, técnicas y ventajas que la empresa debe conocer antes de su internacionalización. Así el curso persigue la formación teórica del alumno en las cuestiones a tener en cuenta cuando una empresa se inicia en el comercio exterior.



a quién va dirigido

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

objetivos

Entre los objetivos del curso destacamos la insistencia para que el alumno desarrolle los conocimientos necesarios relacionados con el comercio exterior y su seguimiento, conozca los medios de financiación y pago utilizados en el comercio exterior, profundice en materia de marketing internacional y estrategias, conozca los factores externos que influyen en este tipo de comercio y sepa a qué políticas internacionales debe atenerse.

para qué te prepara

El curso te prepara para que conozcas en profundidad cómo funcionan y cuáles son las características de las relaciones comerciales exteriores, además te prepara teóricamente para conocer en profundidad conceptos y nociones sobre las transacciones exteriores.

salidas laborales

Director de Marketing, Comercial, Directivos relacionados con el comercio exterior.

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 'Marketing en el Comercio Exterior'



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 disponer de toda su documentación



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

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 internacionales
- 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 internacionales
- 6.Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales
- 7.Internet como canal de distribución internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CÁLCULO DE VALORES Y TENDENCIAS DE MERCADO

- 1.Herramientas para el cálculo de valores estadísticos
- 2.Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos
- 3.Hojas de cálculo

MÓDULO 2. PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLANIFICACIÓN DEL 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 de marketing
- 5.Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 1.Concepto y funciones del briefing en el marketing
- 2.Determinación de los objetivos de briefing
- 3.La elección de la estructura del briefing
- 4.Como realizar un briefing
- 5.La presentación del briefing

MÓDULO 3. MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FACTORES ECONÓMICOS Y LEGALES DE LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN OPERACIONES COMERCIALES.

- 1.Obligaciones de las partes en la compraventa internacional.
- 2.Condiciones de pago.
- 3.Relación entre forma de pago y condiciones de entrega de la mercancía (INCOTERMS).
- 4.Regulación de los medios de pago internacionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GESTIÓN DE LOS DOCUMENTOS E INTERVENCIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS.

- 1.El papel de los bancos en los medios de cobro y pago.
- 2.Tipos de documentos: emisión, cumplimentación y legalización en su caso.
- 3.Diferentes funciones y compromisos de las entidades según medio de pago.
- 4.Gestión de la documentación para el cobro/pago con clientes/proveedores.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SELECCIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO INTERNACIONAL.

- 1Factores a considerar en la elección:
- 2.Motivos de la elección.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO.

- 1.Clasificación.
- 2.Cheque bancario.
- 3.Orden de pago simple.
- 4.Orden de pago documentaria.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA REMESA EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA INTERNACIONALES.

- 1.Concepto.
- 2.Remesa simple.
- 3.Remesa documentaria.

UNIDAD DIDÁCTICA 15. EL CRÉDITO DOCUMENTARIO EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL.

- 1.Concepto e importancia del crédito documentario.
- 2.Partes que intervienen.
- 3.Principales tipos de crédito documentario:
- 4.La carta de crédito.
- 5.Operativa del crédito documentario. Esquema de funcionamiento.
- 6.Potenciales riesgos del crédito documentario.
- 7.Ventajas.
- 8.Inconvenientes.
- 9.Coste.
- 10.Relación entrega de la mercancía-pago.
- 11.Las fechas en los créditos documentarios.
- 12.Documentación requerida por la entidad financiera.
- 13.Normativa. Reglas y Usos Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional.

UNIDAD DIDÁCTICA 16. AVALES Y GARANTÍAS EN OPERACIONES DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL.

1. Garantías bancarias: Concepto.
2. Clasificación atendiendo a su objeto.
3. Clasificación atendiendo a la naturaleza de compromiso del garante.
4. Reglas Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional.

UNIDAD DIDÁCTICA 17. UTILIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO.

1. Legislación sobre comercio electrónico.
2. Tipos de pagos y cobros en internet.
3. Sistemas de intercambio de datos en las operaciones internacionales.

MÓDULO 4. RECURSOS DE COMERCIO INTERNACIONAL