

Internacionalización en la empresa

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 50 H

OBJETIVOS

- Conocer los pasos a seguir por una empresa al empezar a comerciar de forma internacional.
- Saber analizar los factores del entorno que pueden influir
- Identificar las barreras y los riesgos que se pueden presentar en el comercio exterior.
- Diseñar un plan de marketing que permita la internacionalización de la empresa, a partir de la constatación de sus puntos fuertes y débiles.
- Seleccionar correctamente los mercados objetivo, mediante técnicas de investigación adecuadas.
- Conocer todos los elementos necesarios para realizar contratos internacionales con las mayores garantías.
- Saber de qué forma se desarrolla una negociación comercial exitosa en el ámbito internacional.
- Conocer los principales documentos que se usan en cada una de las áreas en las que se desenvuelve el comercio internacional.
- Saber qué son los INCOTERMS y cómo influyen en la contratación internacional.
- Conocer cómo funcionan las aduanas y cuáles son los principales elementos que manejan: aranceles, regímenes aduaneros, nomenclaturas...

CONTENIDOS

UD1. Gestión empresarial para la internacionalización. Análisis del entorno económico.

- 1.1. Gestión empresarial para la internacionalización.
 - 1.1.1. Dirección estratégica. Planificación. Diagnóstico.
- 1.2. Análisis del entorno económico.
 - 1.2.1. El entorno económico.
 - 1.2.2. Barreras en el comercio internacional.

1.2.3. Riesgos en el comercio internacional.

UD2. Marketing Internacional.

2.1. Introducción.

2.2. El plan de marketing internacional.

2.2.1. Análisis DAFO.

2.2.2. Elección de los criterios de selección de mercados.

2.2.3. La selección de mercados: investigación y elección.

2.3. Formas de acceso a los mercados internacionales.

2.4. Marketing mix internacional.

UD3. Contratación, documentación y negociación internacional.

3.1. Introducción.

3.2. La contratación internacional.

3.2.1. Características de los contratos internacionales.

3.2.2. Etapas.

3.2.3. Elementos de un contrato.

3.2.4. Tipos de contratos internacionales.

3.3. Documentos y herramientas en el comercio internacional.

3.3.1. Documentos importantes en el comercio internacional.

3.4. La negociación internacional.

3.4.1. Divergencias en la forma de comunicarnos.

3.4.2. El desarrollo de la negociación.

UD4. INCOTERMS y código aduanero.

4.1. Introducción.

4.2. INCOTERMS.

4.2.1. Cláusulas INCOTERMS.

4.2.2. Clasificación de INCOTERMS.

4.2.3. Consideraciones acerca de los INCOTERMS.

4.2.4. Cómo se construye el precio en la oferta internacional.

4.3. Aduanas, códigos y regímenes aduaneros.

4.3.1. Aranceles.

4.3.2. Sistema armonizado.

4.3.3. Nomenclatura combinada.

4.3.4. TARIC.

4.3.5. Valor de la mercancía en aduana a efectos arancelarios.

UD5. Transporte internacional.

5.1. Introducción.

5.2. Transporte internacional.

5.2.1. Tipos de transportes y características.

5.2.2. Elección del medio de transporte.

UD6. Financiación internacional. Mercado de divisas y medios de cobros y pagos.

6.1. Introducción.

6.2. Riesgo de cambio.

6.2.1. El seguro de cambio.

6.2.2. Opciones sobre divisas.

6.3. Financiación de operaciones financieras.

6.3.1. Financiación de las importaciones.

6.3.2. Financiación de las exportaciones.

6.4. Medios de cobro y pago internacionales.

6.4.1. Medios simples.

6.4.2. Medios documentarios.

6.4.3. Seguro de impago. Riesgo-país.