



EUROINNOVA.ES
Líder en Formación a distancia

Curso Superior de Marketing en el Comercio Exterior

Curso Superior de Marketing en el Comercio Exterior

Duración: 180 horas

Precio: 150 € *

Modalidad: A distancia

* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

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

A profesionales relacionados con el Comercio Exterior que necesiten ampliar conocimientos en cuanto a los agentes económicos que interactúan en los distintos mercados en los que se va a operar.

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 que 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 Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, 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 (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

+ Información Gratis

www.euroinnova.es

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en ir leyendo el manual teórico así como ir visionando las distintas lecciones que presenta el CDROM Multimedia, a la vez que se responden las distintas cuestiones y ejercicios que se incluyen dentro del cuaderno de evaluación.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, dicho cuaderno de evaluación. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% de total de las respuestas).

Materiales didácticos

- Manual teórico 'Comercio Exterior'
- Cuaderno de ejercicios
- CDROM 'Comercio Exterior'



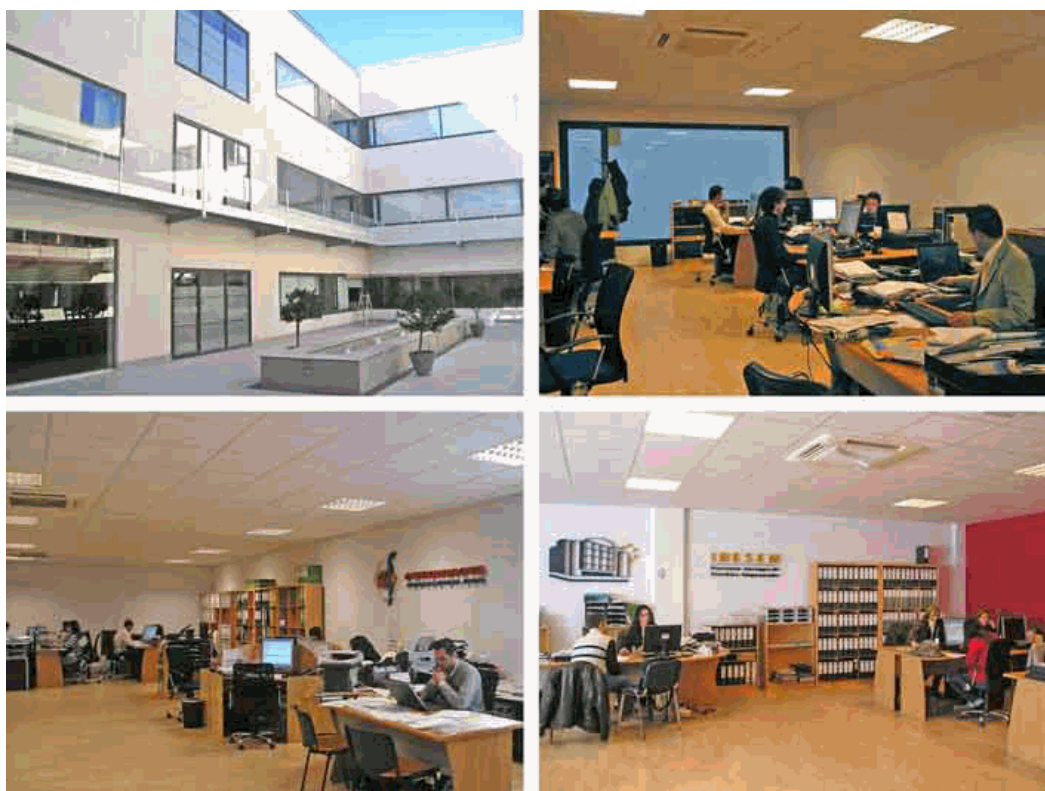
Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. 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.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Club de alumnos

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.

Programa formativo

MÓDULO 1: COMERCIO EXTERIOR 1ª PARTE

TEMA 1. LA EMPRESA EN EL MERCADO EXTERIOR

Introducción

Algunas definiciones

El comercio internacional

Factores influyentes en el ámbito internacional

Ventajas competitivas

La organización mundial del comercio

Acuerdos de la organización mundial del comercio

Balanza de pagos

El Gatt

Evolución de comercio internacional

Ventajas de la internacionalización para la empresa

TEMA 2. EL MARKETING INTERNACIONAL I

La organización de la empresa multinacional

Investigación comercial en el ámbito internacional.

El riesgo de realizar inversiones en países extranjeros

El marketing segmentado

Factores incontrolables. Los entornos I.

Factores incontrolables. Los entornos II

Características de la empresa internacional con éxito

Misión de marketing internacional

Elementos de plan de marketing internacional

Estrategias de marketing internacional

TEMA 3. EL MARKETING INTERNACIONAL II

Política internacional de producto

Adaptación o globalización.

El envase.

La etiqueta

La marca

La garantía y Servicio postventa

Planificación y desarrollo de productos

Política internacional de distribución

Producción como forma de entrada

Formas de comercialización

La Franquicia

Selección de forma de entrada

Política internacional de comunicación

Barreras en la comunicación internacional

Política internacional de precio

Determinación del precio

Variables en el mercado exterior

MÓDULO 2: MARKETING Y VENTAS 2ª PARTE

TEMA 4. MEDIOS DE PAGO Y FINANCIACIÓN DE APOYO A LA EXPLOTACIÓN I

Comercio exterior I
Comercio exterior II
Medios de pago I
Medios de pago II
Documentación en la compra – venta internacional
Financiación de operaciones de comercio exterior
Modalidades de crédito I
Modalidades de crédito II

TEMA 5. MEDIOS DE PAGO Y FINANCIACIÓN DE APOYO A LA EXPLOTACIÓN II

Barreras a la exportación
Ayudas oficiales a la exportación
Impuestos que gravan el comercio exterior
Zonas con tratamiento fiscal especial
Operaciones especiales: compensación y triangular
Incoterms
Internacionalización de empresas
Evolución de sistema bancario español
Internacionalización hacia Iberoamérica I
Internacionalización hacia Iberoamérica II

TEMA 6. MEDIOS DE PAGO Y FINANCIACIÓN DE APOYO A LA EXPLOTACIÓN III

Introducción
Mercado electrónico
Plan de Internacionalización de la Tecnología 2005-2007
Programas de Apoyo
Líneas Directas de la OCDE
Tipos de Informes de Mercados
Programas de empresa