



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

COMT047PO GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este Curso COMT047PO GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMT047PO GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y adquirir los conocimientos necesarios para gestionar internacionalmente un negocio, incidiendo en los procesos, la cadena de valor y la mentalidad global, así como ser capaz de reforzar y sistematizar el conocimiento sobre apoyos institucionales a la internacionalización. también poder identificar los elementos de solución para problemas operativos del día a día de las empresas.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. VISIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO INTERNACIONAL

1. El comercio y la contratación internacional
2. El comercio internacional, operaciones y Elementos
3. El comercio y sus conceptos

4. Etapas y factores en el comercio y la comercialización
5. Tipos de operaciones comerciales
6. El comercio internacional y sus operaciones
7. Elementos intervinientes en el comercio exterior
8. Aduanas
9. Procesos y elementos aduaneros
10. Regímenes comerciales
11. Contratos y documentos
12. Ejercicio: "relaciona conceptos".
13. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO. LOCALIZACIÓN DE CLIENTES

1. El Marketing internacional, la globalización de los mercados y la empresa internacional
2. Introducción al Marketing: conceptos y variables
3. Ámbitos Evolución y etapas de desarrollo del marketing
4. Hitos del Marketing
5. Importancias y críticas
6. Los 10 pasos del Marketing
7. EL marketing Mix
8. Las 4 P'S del MCarthy
9. Teorías explicativas del Comercio Internacional
10. La organización mundial del comercio (OMC)
11. La globalización de los mercados
12. La globalización de la demanda y de la oferta
13. Estrategias globales
14. Definición de marketing internacional, diferencias entre marketing y marketing internacional
15. La empresa internacional, ventajas de la internacionalización, tipos de empresas internacionales
16. El entorno mundial, las oportunidades de los mercados internacionales a través de la investigación de mercados y el análisis FODA, el diagnóstico interno de la empresa internacional

17. El entorno político y económico, el entorno cultural y legal
18. Oportunidades de los mercados internacionales
19. Los bloques económicos del mundo
20. Investigación de mercados internacionales, métodos de investigación
21. Sistema de información de marketing internacional
22. La selección de mercados, análisis FODA (externo), análisis interno (de la empresa)
23. La segmentación del mercado internacional. El marketing segmentado
24. Formulación del plan de marketing internacional, estrategias de marketing internacional y estrategias competitivas. Desarrollo de productos en los negocios y gestión de los precios
25. El plan de marketing internacional, elementos del plan de marketing internacional
26. Estrategias de marketing internacional, factores que favorecen la adaptación, estrategias competitivas
27. Políticas y estrategias del marketing mix internacional
28. Planificación y desarrollo de productos
29. Etapas del lanzamiento de nuevos productos
30. Gestión de precio internacional, estrategias internacionales de precios
31. Precios estandarizados o adaptados
32. La distribución internacional, tipos y estrategias. El benchmarking y la competencia internacional
33. La distribución a nivel internacional
34. Distribuidores ajenos
35. Selección de distribuidores ajenos, filial comercial
36. Exportación mediante cooperación
37. La publicidad y promoción de ventas internacionales
38. Benchmarking y la competencia internacional
39. Ejercicio
40. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DEFINICIÓN DE LA OFERTA INTERNACIONAL

1. Compraventa y logística internacional
2. - Contrato de compraventa
3. - Convenio de las Naciones Unidas

4. - Compraventa y logística internacional
5. - Interfaces exteriores
6. - Interfaces interiores
7. - Ejercicio
8. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

1. El comercio y la contratación internacional
2. - El comercio internacional, operaciones y elementos intervinientes
3. - El comercio y sus conceptos
4. - Tipos de operaciones comerciales
5. - El comercio internacional y sus operaciones
6. - La contratación internacional y las condiciones de entrega
7. - La contratación internacional: concepto y características
8. - Las condiciones de entrega en la compra-venta internacional: INCOTERMS
9. - Ejercicio
10. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INCOTERMS. DOCUMENTOS DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

1. Términos comerciales internacionales
2. - Términos comerciales internacionales
3. - Aspectos legales de los Incoterms
4. - Aspectos prácticos de los Incoterms
5. Protección material de la mercancía
6. - Embalajes internacionales
7. - Aspectos jurídicos del embalaje
8. - Aspectos técnicos del embalaje
9. - Ejercicio

10. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ASPECTOS FINANCIEROS DEL COMERCIO INTERNACIONAL. MEDIOS DE PAGO Y FINANCIACIÓN DE OPERACIONES. RIESGOS Y COBERTURA DE RIESGOS INTERNACIONALES

1. Modalidades de pago internacional
2. - Modos de pago internacionales
3. - Condiciones de pago
4. - Aspectos jurídicos del CREDOC
5. Aseguramiento de carga
6. - Parámetros de seguros
7. - Cláusulas inglesas
8. - Operatividad del seguro
9. - Ejercicio
10. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN OPERATIVO DE INTERNACIONALIZACIÓN

1. Despacho de aduanas
2. - Las aduanas en el mundo
3. - Valor y clasificación aduanera
4. - Operatividad aduanera
5. Responsabilidad en el transporte
6. - Responsabilidades del transportista
7. - Aspectos jurídicos del transporte
8. - Procedimientos de indemnización
9. Operadores internacionales
10. - Operadores internacionales
11. - Operatividad de los agentes
12. - Especialización de los agentes

13. - Ejercicio
14. Autoevaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APOYOS INSTITUCIONALES A LA INTERNACIONALIZACIÓN

1. Apoyos institucionales a la internacionalización
2. Bibliografía
3. Caso práctico Final



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es