



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Perito Judicial en Comercio Exterior y Exportación

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

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

OBJETIVOS

Este curso de Perito Judicial en Comercio Exterior y Exportación ofrece una formación especializada en la materia, además ofrece una formación para aquellas personas interesadas en conocer las distintas operaciones comerciales y de exportación a nivel internacional en el ámbito profesional del comercio. En la actualidad las exportaciones en nuestro país son gran parte de la economía y cada vez se exporta más, ante esta situación, la justicia requiere de personas especialistas que puedan realizar informes y procedimientos relacionados con este sector. Este curso capacitan al alumno para el libre ejercicio del Perito Judicial en Comercio Exterior y Exportación en procesos judiciales de ámbito civil, laboral o penal, así como para trabajar por cuenta ajena.

CONTENIDOS

PARTE 1. PERITO JUDICIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PERITACIÓN Y TASACIÓN

1. Delimitación de los términos peritaje y tasación
2. La peritación
3. La tasación pericial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NORMATIVA BÁSICA NACIONAL

1. Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial
2. Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil
3. Ley de Enjuiciamiento Criminal, de 1882
4. Ley 1/1996, de 10 de enero, de Asistencia Jurídica Gratuita

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS PRUEBAS JUDICIALES Y EXTRAJUDICIALES

1. Concepto de prueba
2. Medios de prueba
3. Clases de pruebas
4. Principales ámbitos de actuación
5. Momento en que se solicita la prueba pericial
6. Práctica de la prueba

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS PERITOS

1. Concepto
2. Clases de perito judicial
3. Procedimiento para la designación de peritos
4. Condiciones que debe reunir un perito
5. Control de la imparcialidad de peritos
6. Honorarios de los peritos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL RECONOCIMIENTO PERICIAL

1. El reconocimiento pericial
2. El examen pericial
3. Los dictámenes e informes periciales judiciales
4. Valoración de la prueba pericial
5. Actuación de los peritos en el juicio o vista

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LEGISLACIÓN REFERENTE A LA PRÁCTICA DE LA PROFESIÓN EN LOS TRIBUNALES

1. Funcionamiento y legislación
2. El código deontológico del Perito Judicial

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA RESPONSABILIDAD

1. La responsabilidad
2. Distintos tipos de responsabilidad
3. El seguro de responsabilidad civil

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ELABORACIÓN DEL DICTAMEN PERICIAL

1. Características generales y estructura básica
2. Las exigencias del dictamen pericial
3. Orientaciones para la presentación del dictamen pericial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. VALORACIÓN DE LA PRUEBA PERICIAL

1. Valoración de la prueba judicial
2. Valoración de la prueba pericial por Jueces y Tribunales

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PERITACIONES

1. La peritación médico-legal
2. Peritaciones psicológicas
3. Peritajes informáticos
4. Peritaciones inmobiliarias

PARTE 2. COMERCIO EXTERIOR Y EXPORTACIÓN

MÓDULO 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. La decision de internacionalizacion de la empresa
2. Etapas del proceso de internacionalización
3. Las variables de marketing en la internacionalizacion 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. Estandarizacion/adaptacion de los productos en los mercados internacionales
4. La cartera de productos internacional
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. Analisis de rentabilidad
5. Estrategias de precios
6. Cotizacion 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 exteriores
6. Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales
7. Internet como canal de distribución internacional

MÓDULO 2. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN DE 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 del marketing
5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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

MÓDULO 3. INFORMACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MARCO ECONÓMICO, POLÍTICO Y JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Comercio interior, exterior e internacional

2. El sector exterior español
3. Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas
4. Organismos Internacionales
5. La integración económica regional. Principales bloques económicos
6. La Union Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BARRERAS Y OBSTÁCULOS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES INTERNACIONALES

1. Barreras arancelarias
2. Barreras no arancelarias
3. Medidas de defensa comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Información de comercio internacional
2. Canales y fuentes de información en el comercio internacional
3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional
4. Gestión de la información de comercio internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 11. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales
2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización
3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores
4. Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
5. Control de clientes/proveedores internacionales
6. Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores
7. Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CONDICIONES DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Operaciones de compraventa internacional
2. Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional
3. Condiciones de entrega en el comercio internacional, INCOTERMS
4. Interpretación práctica de cada INCOTERM

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ELABORACIÓN DE OFERTAS EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional
2. Oferta internacional
3. Elementos de la tarifa de precios
4. Presentación de la tarifa

MÓDULO 4. NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 14. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Preparación de la negociación internacional

2. Desarrollo de la negociación internacional
3. Técnicas de la negociación internacional
4. Consolidación de la negociación internacional
5. Estilos de negociación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 15. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

1. Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales
2. Tipos de comunicación
3. Actitudes y técnicas en la comunicación
4. La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes
5. La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales
6. La comunicación escrita en el comercio internacional
7. Relaciones públicas en el comercio internacional
8. Internet como instrumento de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 16. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Regulación de la compraventa internacional
2. Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París
3. El contrato de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LOS CONTRATOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

1. Intermediación comercial internacional
2. Contrato de agencia
3. Contrato de distribución
4. Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior

5. Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 18. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Contrato de transferencia tecnológica
2. Contrato de Joint venture
3. Contrato de franquicia



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