



 **AUDIOLIS**

FORMACIÓN PROGRAMADA PARA EMPRESAS

Curso de Comercio internacional

www.audiolis.com

Programa Formativo

FORMACIÓN PROGRAMADA PARA EMPRESAS



Curso de Comercio internacional

**Familia
profesional**

Comercial y ventas

Horas

50 horas

Modalidad

Online

Descripción del curso de Comercio internacional

Objetivos del curso

Con este contenido de curso profesional el alumno conocerá el marketing internacional en empresas de actividad logística, se abarcarán aspectos como la economía global, la naturaleza del marketing internacional, los beneficios del comercio internacional y el proceso de internalización de las empresas.

Redactar y cumplimentar informes, cartas, acuerdos/contratos de comercio internacional u otros documentos habituales en comercio internacional, en una lengua distinta del inglés, aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

Programa formativo

Unidad 1. Globalización

- 1.El proceso de globalización
- 2.Fuerzas impulsoras de la globalización
 - 2.1. Impulso político e institucional
 - 2.2.Avances tecnológicos en transportes y comunicaciones (TIC)
 - 2.3.Liberalización de los flujos de capital
 - 2.4.Consumidores globales (multiculturalismo)
 - 2.5. Factores determinantes de la internacionalización empresarial
- 3.Ventajas y riesgos del proceso de globalización
- 4.Bloques regionales
 - 4.1. La cooperación económica internacional
 - 4.2. La integración económica

Unidad 2. Análisis del entorno

- 1.Naturaleza del marketing internacional
- 2.Marketing doméstico vs marketing internacional
- 3.Bases generales para el análisis del entorno
- 4.Ambiente macro económico
- 5.Ambiente demográfico
- 6.Ambiente cultural-social
- 7.Ambiente político-legal
- 8.Ambiente ecológico e infraestructuras

Unidad 3. Beneficios del Comercio

1. Teorías del comercio internacional
 - 1.1. Modelo de la ventaja comparativa
 - 1.2. Modelo de Hecksher Ohlin
2. Hipótesis del ciclo de vida de un producto
3. Instrumentos de política comercial
 - 3.1. Políticas comerciales internacionales
 - 3.2. Razones gubernamentales para establecer controles
 - 3.3. Análisis coste-beneficio: arancel, subsidio y una cuota
 - 3.4. Barreras arancelarias
 - 3.5. Barreras no arancelarias
 - 3.6. Licencias de importación
 - 3.7. Normas de origen
 - 3.8. Medidas de normalización
 - 3.9. Normas fitosanitarias

Unidad 4. La internalización

1. La internalización de la empresa
 - 1.1. Motivos para la internalización
 - 1.2. Proceso para tomar la decisión de la internalización
 - 1.3. Análisis DAFO: significado
 - 1.3.1. Análisis de las capacidades de la empresa
 - 1.3.2. Diagnóstico del potencial exportador
2. La investigación internacional de mercados
 - 2.1. Definición de la investigación de mercados
 - 2.2. Planteamiento del problema y los objetivos de la investigación
 - 2.3. Investigación de gabinete (desk research o investigación secundaria)
 - 2.3.1. Cuestiones para determinar los requerimientos de información
 - 2.3.2. Instrumentos de información secundaria
 - 2.4. Investigación primaria (de campo)
 - 2.4.1. Fuentes de datos primarios
 - 2.4.2. Selección del método de recopilación de datos
 - 2.4.3. La presentación de los resultados
3. Análisis y selección de los mercados destino
 - 3.1. Método de evaluación país- destino
 - 3.2. Tamaño y potencial del mercado
 - 3.3. Infraestructura de servicios
 - 3.4. Análisis del microambiente en los mercados destino
 - 3.5. Grado de rivalidad entre los competidores existentes
 - 3.5.1. Rivalidad entre los competidores existentes
 - 3.5.2. Poder de negociación con los clientes
 - 3.5.3. Poder de negociación con los proveedores
 - 3.5.4. Amenaza de sustitución
 - 3.5.5. Amenaza de nuevos entrantes

Unidad 5. Documentación de gestión comercial en lengua extranjera, distinta del inglés.

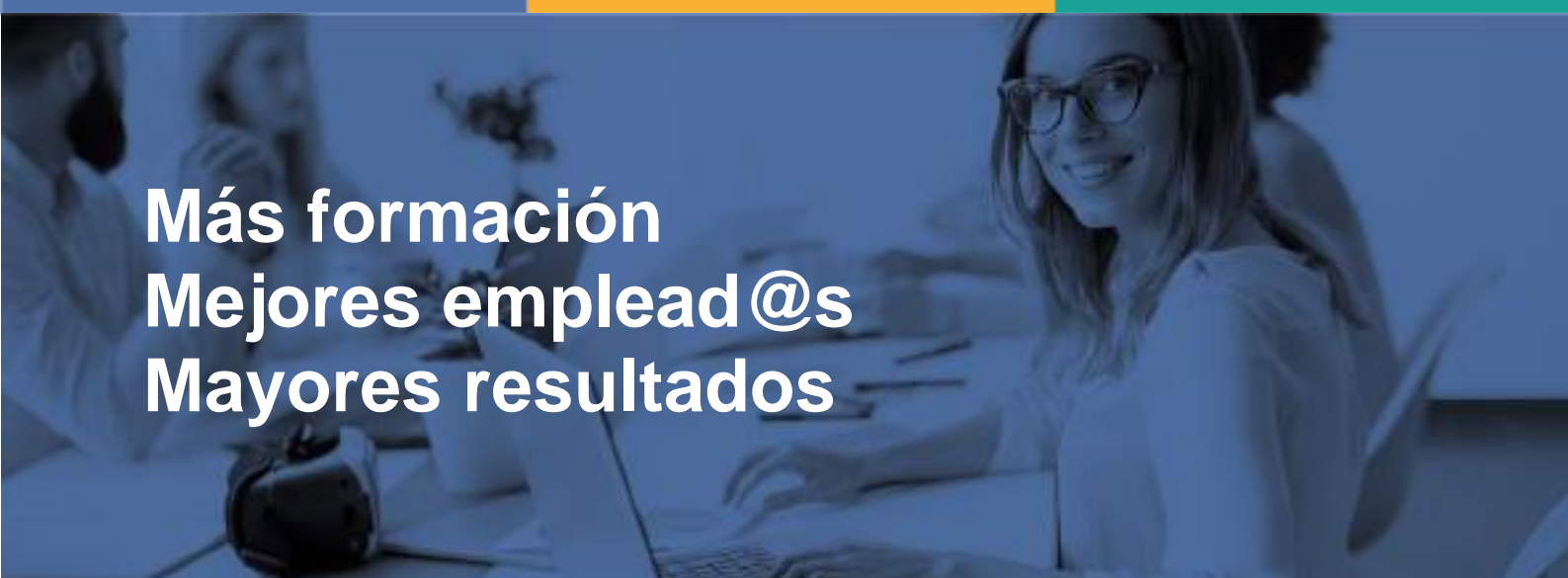
- 1.1 Estructura lingüística y léxico de las ofertas y documentación comercial internacional.
- 1.2 Redacción de acuerdos de operaciones de comercio internacional.
- 1.3 Estructura lingüística y léxico de la facturación de operaciones comerciales.
- 1.4 Documentación financiera y de medios de pago habituales.
- 1.5 Pólizas de seguros de exportación/importación.
- 1.6 Informes comerciales.
- 1.7 Otros documentos comerciales en lengua extranjera.

Unidad 6. Redacción en lengua extranjera, distinta del inglés, de informes y correspondencia comercial.

1. Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial.
2. Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
3. Reclamaciones.
4. Prorroga.
5. Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases.
6. Faxes.
7. Correos electrónicos

Unidad 7. Documentación y gestión aduanera en contextos internacionales.

1. Fuentes de información aduanera en lengua extranjera: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países.



**Más formación
Mejores emplead@s
Mayores resultados**

Ventajas de la formación continua bonificada

01 MEJORES RESULTADOS

Incremento de los resultados económicos de la empresa fruto de la mejora y el reciclaje profesional de sus empleados.

02 PRODUCTIVIDAD

Aumenta la productividad de sus empleados.

03 SIN COSTES

Formación de calidad sin coste para la empresa ni para el trabajador.

04 CLIMA LABORAL

Mejora el clima laboral al sentirse los empleados mejor valorados por la empresa.

05 COMPROMISO

Mejora la imagen de la empresa y aumenta la motivación y el compromiso de los empleados.



Características de nuestros cursos online

APOYO CONTINUO

Formación impartida por expertos en la materia y seguimiento y apoyo continuo.

CAMPUS VIRTUAL

Permite al alumnado conectarse sin limitaciones horarias ni lugar de impartición.

CONTENIDOS INTERACTIVOS

Diseñados para conseguir un avance progresivo y motivante para el alumnado.



· Más formación, mejor empleo ·

952 10 14 94 · info@audiolis.com · www.audiolis.com