

INENKA

BUSINESS SCHOOL

MÁSTER EN EXPORTACIÓN + MÁSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS Y
PRÁCTICAS GARANTIZADAS

INA064

www.escuelainenka.com



Certificación universitaria internacional



Escuela asociada a:



CECAP

a3en



DESTINATARIOS

El **Máster en Exportación + Máster en Comercio Internacional** va dirigido a todas aquellas personas que deseen ampliar sus conocimientos sobre exportaciones y comercio internacional. Durante la primera mitad de la titulación, el alumno estudiará del proceso de internacionalización de una empresa, así como las políticas de precio, producto, distribución y comunicación en el mercado internacional. Una vez adquiridos estos conocimientos, el estudiante aprenderá a elaborar un plan de acción de marketing y conocerá las herramientas informáticas necesarias para organizarlo. El temario también tratará el marco económico, político y jurídico internacional, así como las barreras arancelarias que existen y los obstáculos más comunes en intercambios comerciales internacionales. Por otro lado, el alumno estudiará las partes del contrato de compraventa internacional y los diferentes contratos que existen, como el Joint Venture o el contrato de franquicia. Además, el estudiante conocerá los INCOTERMS que regulan todas las operaciones de importación y exportación internacional contemplados por la Cámara de Comercio Internacional.



MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

Ambas modalidades incluyen **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h, reconocidas con 60 ECTS.



IMPORTE

Importe Original: ~~3600€~~

Importe Actual: 1800€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "**MÁSTER EN EXPORTACIÓN + MÁSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL**", de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



CONTENIDO FORMATIVO

MÓDULO 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. La decisión de internacionalización de la empresa
2. Etapas del proceso de internacionalización
3. Las variables de marketing en la internacionalización 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. Estandarización/adaptación 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. Análisis de rentabilidad
5. Estrategias de precios
6. Cotización 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 publicas
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. Formulas 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. Diagnostico: 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 Unión 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