



TÍTULO: Estrategias y Gestión del Comercio Exterior

DURACIÓN: 100 H

■ OBJETIVOS

- Descubrir las posibilidades del libre comercio.
- Identificar estrategias para controlar el comercio exterior.
- Conocer fórmulas de competir en el mercado exterior.
- Descubrir los participantes en el proceso de exportación e importación.
- Identificar herramientas útiles para los profesionales.

■ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la importancia de las relaciones internacionales en el desarrollo político, comercial y cultural de todos los países.
- Descubrir las ventajas y las desventajas de la globalización, así como su efecto en el mercado internacional.
- Contemplar las posibilidades de afrontar la exportación de productos o servicios.
- Conocer la importancia de la formación en idiomas a la hora de enfrentarse al comercio exterior y, concretamente, el inglés.
- Concienciar al alumnado sobre la influencia, en los negocios y el comercio exterior, de la cultura y los estilos de vida de las sociedades.
- Conocer en qué consiste un estudio de mercado, sus objetivos, sus fases y los aspectos más relevantes del mismo.
- Reflexionar acerca de la importancia de cumplir con los tiempos de entrega de mercancías, así como su correcta conservación durante el transporte.
- Conocer los diferentes medios de transporte de mercancías, así como aspectos más relevantes de cada uno de ellos.
- Conocer cuáles son los trámites, certificados y documentación para las operaciones llevadas a cabo en el comercio exterior.
- Descubrir algunos medios de pago utilizados en las negociaciones del comercio exterior.
- Descubrir algunos instrumentos de financiación utilizados por el importador y el exportador en el momento de la compra – venta de bienes y/o servicios.
- Conocer los *Incoterms*, su función y los grupos de clasificación.
- Conocer los riesgos, y fraudes, que se dan en las negociaciones y comercializaciones exteriores.



■ CONTENIDOS

- **Capítulo 1. Aspectos básicos**
 - Comercio internacional
 - Porqué exportar
 - Proceso de exportación
- **Capítulo 2. Un mundo globalizado que influye en la actitud de los mercados**
 - Barreras al libre comercio exterior
 - Procedimiento
 - Organismos
- **Capítulo 3. Barreras arancelarias**
 - Derecho aduanero- Origen y evolución
 - Sistema armonizado
 - Delimitación del área aduanera
 - Concepto de normas de origen
- **Capítulo 4. Barreras no arancelarias**
 - Tipos
 - Técnicas
 - Sanitarias y fitosanitarias
 - Propiedad intelectual
- **Capítulo 5. Exportar**
 - Análisis de la situación
 - Capacidad para exportar
- **Capítulo 6. Importancia del inglés**
 - Inglés americano e inglés británico
 - La carta comercial
- **Capítulo 7. Influencia de la cultura en los negocios**
 - Clima, geografía y otros
 - Un mismo objetivo
- **Capítulo 8. El estudio del mercado**
 - Objetivos
 - Recopilar información
 - Selección del país
 - Análisis del mercado
 - Atención a la competencia- La política de precios
- **Capítulo 9. Marketing**
 - Segmentación del mercado
 - Adaptar el producto al mercado
 - Distribuir el producto
 - Ferias
- **Capítulo 10. Transporte y seguros**
 - Tipos de medio de transporte
 - Proteger la mercancía
 - Transitario
 - Tipología de seguros



- **Capítulo 11. Documentación necesaria para la exportación**
 - o Documentos: Trámites
 - o Documentos: Certificados
 - o Documentos comerciales
 - o Documentos para el transporte
- **Capítulo 12. El cobro de las exportaciones**
 - o Cheque bancario
 - o Orden de pago
 - o Crédito documentario
 - o Remesa: simple y documentaria
- **Capítulo 13. Financiación**
 - o Crédito al importador - Crédito al exportador
 - o Crédito al exportador Vs Crédito al importador
 - o El Factoring- El Forfaiting
 - o Factoring Vs Forfaiting
- **Capítulo 14. Incoterms**
 - o Grupos
 - o Incoterms
- **Capítulo 15. Riesgos y fraudes**
 - o Riesgos: Tipos
 - o Fraude