



## Comercio exterior básico (programa completo).

**Sku:** CURVIDEO\_27

**Horas:** 18

### OBJETIVOS

- Crear en el estudiante el interés por el comercio internacional.
- Conseguir que el estudiante sea capaz de identificar las oportunidades que el comercio internacional puede ofrecer a su empresa.
- Dotar al estudiante de herramientas que le permitan realizar un autoanálisis de la capacidad exportadora.
- Enseñar a los estudiantes los cambios estructurales y de mentalidad que debe asumir una empresa cuando decide entrar en los mercados internacionales.
- Determinar si como empresa estamos preparados para iniciarnos en el comercio internacional y bajo qué fórmula.
- Aprender a seleccionar los mercados objetivos.
- Aprender a desarrollar un plan de marketing internacional.
- Identificar las oportunidades que ofrece el comercio electrónico internacional.
- Identificar las razones que llevan a la internacionalización.
- Identificar nuestra capacidad exportadora a través de un autodiagnóstico.
- Tomar conciencia del proceso de internacionalización.
- Ser conscientes de la importancia de exportar y de importar.
- Conocer mecanismos de ayudas.
- Identificar las diferentes formas de internacionalización.
- Identificar la influencia de la internacionalización en las diferentes áreas de la empresa.
- Conocer diferentes fuentes de información de los mercados exteriores.
- Conocer los criterios de selección de mercados.
- Conocer los elementos y estrategias de marketing mix internacional.
- Adaptar los productos.
- Conocer los criterios de fijación de precios.
- Conocer los criterios de elección de canales de distribución.
- Conocer los elementos de promoción internacional.
- Conocer la importancia del e-commerce como herramienta de internacionalización.
- Conocer diferentes formas de implantación de una estrategia de e-commerce internacional.

### CONTENIDOS

- **Unidad 1. Evaluación de la capacidad exportadora.**
  - Internacionalización de la empresa I
  - Internacionalización de la empresa II
  - ¿Está mi empresa preparada para exportar? I
  - ¿Está mi empresa preparada para exportar? II
  - Actividad de evaluación
  
- **Unidad 2. Diseño de un plan para el exportador.**
  - Selección de mercados exteriores I
  - Selección de mercados exteriores II
  - Marketing-mix internacional I
  - Marketing-mix internacional II
  - Comercio electrónico internacional – Ecommerce I
  - Comercio electrónico internacional – Ecommerce I
  - Actividad de evaluación