



Incoterms. Qué son, cuándo y por qué nacen

Sku: PH16B05C10

Horas: 13

Formato: HTML

OBJETIVOS

1. Aprender cómo funciona y en que se basa el comercio exterior.
2. Saber qué es el marketing, cuáles son sus elementos principales.
3. Aprender cada incoterm, cuando se utilizan, en que transporte, cuales son más rentables desde punto de vista comprador, vendedor etc.
4. Identificar cuando usar cada uno, que medio de pago utilizamos con cada uno, y documentación a rellenar.

CONTENIDOS

Unidad 1. Comercio exterior

1. Origen del comercio exterior

1.1. Intercambio en el comercio exterior 1.2. Barreras al comercio exterior 1.3. Defensa comercial

2. Introducción a la operativa del comercio internacional

2.1. Riesgos del comercio exterior Unidad 2. Marketing

1. Introducción al concepto de marketing
2. Evolución histórica del marketing
3. Orientación de marketing en la empresa
4. Elementos básicos del marketing

4.1. Marketing estratégico 4.2. Marketing operativo 4.3. Marketing mix Unidad 3. Incoterms: clasificación y documentación

1. Qué son, cuándo y por qué nacen los Incoterms 2010/2020

1.1. Clasificación de los incoterms

2. Pago del transporte y transmisión del riesgo

3. Principales cambios en IN 2000 a IN 2010

3.1. Variantes en los Incoterms 2010 3.2. Distinción entre marítimos y multimodales 3.3. Reducción de 13 a 11 incoterms 3.4. Costes Incoterms 2010

4. Descargas Incoterms 2010: hasta dónde llegamos
5. Documentación a entregar: al comprador, instituciones o entidades financieras
6. Incoterms 2010 y créditos documentarios
7. Cuándo debemos utilizar cada uno de los incoterms 2010
8. Incoterms 2020
9. Ejemplos de un uso correcto en Incoterms