

SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Estrategia

OBJETIVOS

- » Conocer los pasos necesarios para encontrar un mercado y exportar o importar un producto o servicio.
- » Conocer las herramientas de Internet que permiten la búsqueda de fuentes de información

PROGRAMA - FASES

- » Conceptos de comercio exterior.
- » Entorno internacional.
- » Barreras arancelarias.
- » Barreras no arancelarias.
- » Capacidad exportadora.
- » Selección de mercados.
- » Idiomas.
- » Diferencias culturales.
- » Marketing internacional y ayudas públicas a la promoción.
- » Transporte y seguro internacional.
- » Contratación.
- » Medios de cobro.
- » Documentos para la exportación.
- » Financiación y cobertura de riesgos.
- » Fraude.
- » Herramientas de búsqueda de información en Internet.
- » Fuentes de información para el comercio exterior.
- » Internet como herramienta de promoción.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Gerentes y directivos de grandes, medianas y pequeñas empresas que desarrollen o vayan a desarrollar actividad en mercados internacionales.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*