



Iniciación al comercio internacional

Metodología

- A través de un enlace a la plataforma se introduce un usuario y un password para poder acceder al curso de referencia.
- El alumno deberá superar las distintas unidades o capítulos de los que se componen los módulos, realizando los test, casos prácticos o ejercicios que se le vayan presentando.
- Cada curso tiene un tutor / a asignado, el cual podrá enviar a los alumnos aquellos ejercicios adicionales y pruebas de aptitud que considere necesarias.
- A los alumnos que resulten APTOS se les enviará un CERTIFICADO.

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Dotar de las herramientas necesarias para iniciarse en los mercados exteriores.
- Conocer los pasos necesarios para encontrar un mercado y exportar.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer las principales ideas de la internacionalización.

- Identificar y analizar las capacidades internas de su empresa de cara a la internacionalización.
- Conocer los pros y los contras de la internacionalización empresarial y de sus modos.
- Conocer las variables de estudio a la hora de elegir el mercado de destino.
- Aprender a buscar y analizar la información referente a los mercados internacionales.
- Conocer los distintos organismos e instrumentos de apoyo a la internacionalización empresarial.
- Conocer las herramientas de marketing mix: Producto, precio, mercado y promoción.

Duración

60 horas

Convocatorias

Las convocatorias están abiertas todo el año, puedes comenzar el curso el día que mejor te venga.

Programa

Unidad 1: La internacionalización empresarial

- La internacionalización de la empresa; un reto, un riesgo, una necesidad.
- Concepto de internacionalización empresarial.
- Características del proceso de internacionalización empresarial.
- Razones internas para la internacionalización.
- Razones externas para la internacionalización.
- ¿Qué es exportar?
- ¿Pueden exportar todas las pymes?
- ¿Por qué exportar?
- Diagnóstico de arranque a la internacionalización.
- Las diferencias en los mercados.

Unidad 2: Selección de mercados exteriores

- Qué factores analizar en los mercados investigados.
- Análisis y características de la información.
- Métodos de investigación.
- Selección de la información.
- Etapas de la investigación.

Unidad 3: Fuentes de información de mercados exteriores

- ICEX.
- Otros recursos de información a la exportación.
- Directorio de empresas e importadores.

Unidad 4: Instrumentos de apoyo a la internacionalización

- Instituciones y administraciones.
- Mecanismos de apoyo desde las administraciones públicas.
- Cámaras de comercio y asociaciones empresariales.

Unidad 5: Principales formas de entrada en los mercados exteriores

- Factores que inciden en la forma de entrada.
- Principales formas de entrada.
- Selección de las formas de entrada.

