

GUÍA DIDÁCTICA

COMT047PO
**GESTIÓN
OPERATIVA
INTERNACIONAL
DE LA EMPRESA**



COMT047PO

GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA
EMPRESA

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y Marketing

ÁREA PROFESIONAL

Comercio Internacional

CÓDIGO

COMT047PO

DURACIÓN

120 horas

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar al estudiante los conocimientos y herramientas necesarios para gestionar de forma eficaz las operaciones del comercio internacional, comprendiendo los procesos de exportación e importación, la logística, los aspectos contractuales, financieros y aduaneros, así como la aplicación de estrategias adecuadas para la internacionalización de la empresa.

COMT047PO

GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA
EMPRESA

Índice de contenidos

01

VISIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO INTERNACIONAL

1.1 El comercio y la contratación internacional

1.2 El comercio internacional, operaciones y Elementos

1.3 El comercio y sus conceptos

***1.4 Etapas y factores en el comercio y la
comercialización***

1.5 Tipos de operaciones comerciales

1.6 El comercio internacional y sus operaciones

1.7 Elementos intervinientes en el comercio exterior

1.8 Aduanas

1.9 Procesos y elementos aduaneros

1.10 Regímenes comerciales

1.11 Contratos y documentos

Índice de contenidos

02

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO. LOCALIZACIÓN DE CLIENTES

***2.1 El Marketing internacional, la globalización de los
mercados y la empresa internacional***

2.2 Introducción al Marketing: conceptos y variables

***2.3 Ámbitos, Evolución y etapas de desarrollo del
marketing***

2.4 Hitos del Marketing

2.5 Importancias y críticas

2.6 Los 10 pasos del Marketing

2.7 EL maRketing Mix

2.8 Las 4 P de McCarthy

2.9 Teorías explicativas del Comercio Internacional

2.10 La organización mundial del comercio (OMC)

2.11 La globalización de los mercados

2.12 La globalización de la demanda y de la oferta

2.13 Estrategias globales

Índice de contenidos

2.14 Definición de marketing internacional. diferencias entre marketing y marketing internacional

2.15 La empresa internacional. ventajas de la internacionalización. tipos de empresas internacionales

2.16 El entorno mundial. las oportunidades de los mercados internacionales a través de la investigación de mercados y el análisis FODA. el diagnóstico interno de la empresa internacional

2.17 El entorno político y económico. el entorno cultural y legal

2.18 Oportunidades de los mercados internacionales

2.19 Los bloques económicos del mundo

2.20 Investigación de mercados internacionales. métodos de investigación

2.21 Sistema de información de marketing internacional

2.22 La selección de mercados. análisis FODA (externo). análisis interno (de la empresa)

2.23 La segmentación del mercado internacional. El marketing segmentado

2.24 Formulación del plan de marketing internacional. estrategias de marketing internacional y estrategias competitivas. Desarrollo de productos en los negocios y gestión de los precios

Índice de contenidos

2.25 El plan de marketing internacional, elementos del plan de marketing internacional

2.26 Estrategias de marketing internacional, factores que favorecen la adaptación, estrategias competitivas

2.27 Políticas y estrategias del marketing mix internacional

2.28 Planificación y desarrollo de productos

2.29 Etapas del lanzamiento de nuevos productos

2.30 Gestión de precio internacional, estrategias internacionales de precios.

2.31 Precios estandarizados o adaptados

2.32 La distribución internacional, tipos y estrategias. El benchmarking y la competencia internacional

2.33 La distribución a nivel internacional

2.34 Distribuidores ajenos

2.35 Selección de distribuidores ajenos. filial comercial

2.36 Exportación mediante cooperación

2.37 La publicidad y promoción de ventas internacionales

2.38 Benchmarking y la competencia internacional

Índice de contenidos

03

DEFINICIÓN DE LA OFERTA INTERNACIONAL

3.1 *Compraventa y logística internacional*

3.1.1 *Contrato de compraventa*

3.1.2 *Convenio de las Naciones Unidas*

3.1.3 *Compraventa y logística internacional*

3.1.4 *Interfaces exteriores*

3.1.5 *Interfaces interiores*

04

NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

4.1 *El comercio y la contratación internacional*

4.1.1 *El comercio internacional, operaciones y elementos
inteRvinientes*

4.1.2 *El comercio y sus conceptos*

4.1.3 *Tipos de operaciones comerciales*

4.1.4 *El comercio internacional y sus operaciones*

4.1.5 *La contratación internacional y las condiciones de
entrega*

4.1.6 *La contratación internacional: concepto y
características*

4.1.7 *Las condiciones de entrega en la compraventa
internacional*

Índice de contenidos

05

INCOTERMS. DOCUMENTOS DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

5.1 Términos comerciales internacionales

5.2 Aspectos legales de los Incoterms

- 5.2.1 EXW O EN FÁBRICA
- 5.2.2 FCA O FRANCO PORTEADOR
- 5.2.3 FAS: FRANCO AL COSTADO DEL BUQUE
- 5.2.4 FOB: franco a bordo
- 5.2.5 CFR: Costo y Flete
- 5.2.6 CIF: COSTO, SEGURO Y FLETE
- 5.2.7 CPT: transporte pagado hasta
- 5.2.8 CIP: transporte y seguro pagados hasta
- 5.2.9 DAP o entregada en lugar
- 5.2.10 DPU: ENTREGA EN LUGAR DESCARGADA
- 5.2.11 DDP o entregada derechos pagados

5.3 Aspectos prácticos de los Incoterms

5.4 Protección material de la mercancía

- 5.4.1 Embalajes internacionales
- 5.4.2 Aspectos jurídicos del embalaje
- 5.4.3 Aspectos técnicos del embalaje

Índice de contenidos

06

ASPECTOS FINANCIEROS DEL COMERCIO INTERNACIONAL. MEDIOS DE PAGO Y FINANCIACIÓN DE OPERACIONES. RIESGOS Y COBERTURA DE RIESGOS INTERNACIONALES

6.1 Modalidades de pago internacional

6.1.1 Modos de pago internacionales

6.1.2 Condiciones de pago

6.1.3 Aspectos jurídicos del CREDOC

6.2 Aseguramiento de carga

6.2.1 Parámetros de seguros

6.2.2 tipos de seguros de mercancías

6.2.3 Cláusulas inglesas

6.2.4 Operatividad del seguro

Índice de contenidos

07

EL PLAN OPERATIVO DE INTERNACIONALIZACIÓN

7.1 Despacho de aduanas

- 7.1.1 *Las aduanas en el mundo*
- 7.1.2 *Valor y clasificación aduanera*
- 7.1.3 *Operatividad aduanera*

7.2 Responsabilidad en el transporte

- 7.2.1 *Responsabilidades del transportista*
- 7.2.2 *Aspectos jurídicos del transporte*
- 7.2.3 *Procedimientos de indemnización*

7.3 Operadores internacionales

- 7.3.1 *Operadores internacionales*
- 7.3.2 *Operatividad de los agentes*
- 7.3.3 *Especialización de los agentes*

Índice de contenidos

08

APOYOS INSTITUCIONALES A LA INTERNACIONALIZACIÓN

8.1 ENTIDADES Y PROGRAMAS PÚBLICOS DE INFORMACIÓN Y APOYO A LA PROMOCIÓN EXTERIOR

8.1.1 *Secretaría de estado de comercio*

8.1.2 *Organismos autonómicos de promoción exterior*

8.1.3 *Entidades de representación empresarial*

8.2 entidades oficiales de apoyo financiero a la internacionalización

8.2.1 *Fondo para la internacionalización de la empresa
(fiem)*

8.2.2 *Instituto de crédito oficial (ICO)*

8.2.3 *Compañía española de seguro de crédito a la
exportación (CESCE)*

8.2.4 *Compañía española de financiación del desarrollo
(cofides)*

8.2.5 *Empresa española de innovación (enisa)*

8.2.6 *Centro para el desarrollo tecnológico e industrial (cdti)*

8.2.7 *Otros instrumentos del ministerio de asuntos
económicos y transformación digital: programas de
conversión de deuda*

