

Planificación de la internacionalización de empresas

Modalidad: curso e-Learning Duración: 200 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Realizar una reflexión estratégica en la toma de decisiones para la internacionalización de la empresa eficaz desde el punto de vista organizativo, ya sea en su salida, como en su consolidación exterior, adquiriendo los conocimientos relativos a la internacionalización empresarial y herramientas, marketing internacional, las barreras al comercio internacional, los medios de pago y logística y transporte.

CONTENIDOS

1. INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL Y GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA.

- 1.1. Qué es internacionalización empresarial.
- 1.2. La globalización y los factores que la explican.
- 1.3. Dirección de la empresa en una economía globalizada.
- 1.4. El comercio y la ventaja comparativa de los países.

2. LA INTERNACIONALIZACIÓN Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL.

- 2.1. Internacionalización y gestión empresarial.
- 2.2. Caso práctico de gestión de la internacionalización.
- 2.3. Los retos de la expatriación: aproximación empírica.
- 2.4. Políticas de RRHH en empresas multinacionales.

3. MARKETING INTERNACIONAL.

- 3.1. Dirección estratégica y marketing.
- 3.2. El concepto de estrategia.
- 3.3. La dirección estratégica.
- 3.4. La orientación al mercado.
- 3.5. La estrategia de marketing en la empresa.
- 3.6. Dirección de ventas
- 3.7. Análisis y diagnóstico estratégico del mercado.
- 3.8. Análisis de la competencia.
- 3.9. Marketing y expansión internacional de la empresa.

4. BARRERAS AL COMERCIO.

- 4.1. Aduanas.
- 4.2. Mercado interior.
- 4.3. Derecho aduanero de la unión europea.

- 4.4. El arancel común.
- 4.5. El sistema armonizado (SA) y la nomenclatura combinada (NC).
- 4.6. La tarifa arancelaria.
- 4.7. Trámite aduanero de importación.
- 4.8. Tránsitos aduaneros.
- 4.9. Transporte internacional por carretera.
- 4.10. Informaciones vinculantes.
- 4.11. Franquicias aduaneras.
- 4.12. Destinos especiales.
- 4.13. Suspensiones de derechos arancelarios.
- 4.14. Contingentes arancelarios.
- 4.15. Límites o techos arancelarios.
- 4.16. Derechos antidumping.
- 4.17. Derecho antisubvención.
- 4.18. Origen de las mercancías.
- 4.19. Valor en aduana.
- 4.20. La deuda aduanera.
- 4.21. Destinos aduaneros.

5. LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL.

- 5.1. Qué son los incoterms.
- 5.2. Transporte internacional.
- 5.3. Seguro de transporte.
- 5.4. Glosario de comercio exterior.

6. MEDIOS DE PAGO E INSTRUMENTOS FINANCIEROS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.

- 6.1. Estrategias de cobertura del riesgo de cambio.
- 6.2. El factoring como instrumento de cobertura del riesgo de impago.
- 6.3. El forfaiting como mecanismo de cobertura múltiple y de financiación.
- 6.4. El confirming o confirmación del pedido.
- 6.5. Medios de pago y cobro internacional.
- 6.6. Apoyo financiero a la exportación.
- 6.7. Fondo de ayuda al desarrollo.

7. HERRAMIENTAS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.

- 7.1. Documentos de comercio exterior.
- 7.2. Contratos internacionales.
- 7.3. ICEX.
- 7.4. Instituciones del comercio exterior en España.
- 7.5. Principales organismos económicos internacionales.
- 7.6. Páginas web de interés para el exportador.

8. PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN (PRÁCTICO).