



Programa del curso profesional:

**Experto en Comercio exterior. Titulación  
propia Universidad San Pablo CEU ...**

**[WWW.OPOSICIONESYCURSOS.ES](http://WWW.OPOSICIONESYCURSOS.ES)**

## Metodología

El Curso será desarrollado con una metodología Semipresencial. El sistema está organizado ateniéndonos en todo momento a las necesidades del alumno de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso en las tutorías presenciales así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación.

## Profesorado

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes:

Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual,
- Por e-mail
- Por teléfono

## Prácticas

Tenemos convenios de prácticas con las mejores empresas de cada sector y existe la posibilidad, siempre contando con la disponibilidad del alumno, de la realización de estas prácticas para afianzar sus conocimientos teóricos.



## OBJETIVOS

Al realizar este curso, el alumno adquirirá las siguientes habilidades y conocimientos:

- Desarrollar los conocimientos necesarios para realizar los trámites administrativos en una venta internacional así como seguimiento
- Conceptos básicos sobre comercio tradicional y comercio electrónico.
- Comprender la importancia de la cadena de valor y cómo el comercio electrónico interviene en su generación.
- Adquirir unos conocimientos mínimos sobre las tecnologías que afectan al e-commerce, las redes e Internet.
- Los proveedores, las conexiones y las modalidades de acceso.
- Los diferentes modelos de negocio para el comercio electrónico entre empresas.
- Técnicas. • Utilizar y conocer los modelos de negocio del comercio electrónico empresa-cliente.
- La tienda electrónica y otros modelos.
- Conocer las funcionalidades que debe implantar una Web para comercio electrónico.
- Comprender cómo afectan Internet y el comercio electrónico a la gestión interna de las empresas.
- Emplear Internet como herramienta para la atención al cliente.
- El CRM. Conocer las estrategias y técnicas para la confección de campañas de marketing y publicidad online.
- Sistemas de seguridad.

- Medios de pago en el comercio electrónico.
- Conocer las ventajas y técnicas de logística y aprovisionamiento por Internet.
- Legislación que afecta al comercio electrónico

## TEMARIO

### MÓDULO 1: Comercio Exterior 1ª Parte

#### TEMA 1. La Empresa en el Mercado Exterior

Introducción

Algunas Definiciones

El Comercio Internacional

Factores Influyentes en el Ámbito Internacional

Ventajas Competitivas

La Organización Mundial del Comercio

Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio

Balanza de Pagos

El Gatt

Evolución de Comercio Internacional

Ventajas de la Internacionalización para la Empresa

#### TEMA 2. El Marketing Internacional I

La Organización de la Empresa Multinacional

Investigación Comercial en el Ámbito Internacional

El Riesgo de Realizar Inversiones en Países Extranjeros

El Marketing Segmentado

Factores Incontrolables. Los Entornos I

Factores Incontrolables. Los Entornos II

Características de la Empresa Internacional con Éxito

Misión de Marketing Internacional

Elementos de Plan de Marketing Internacional

Estrategias de Marketing Internacional

**TEMA 3. El Marketing Internacional II**

Política Internacional de Producto  
Adaptación o Globalización  
El Envase  
La Etiqueta  
La Marca  
La Garantía y el Servicio Postventa  
Planificación y Desarrollo de Productos  
Política Internacional de Distribución  
Producción como Forma de Entrada  
Formas de Comercialización  
La Franquicia  
Selección de Forma de Entrada  
Política Internacional de Comunicación  
Barreras en la Comunicación Internacional  
Política Internacional de Precio  
Determinación del Precio  
Variables en el Mercado Exterior

**MÓDULO 2: Comercio Exterior 2ª Parte****TEMA 4. Medios de Pago y Financiación de Apoyo a la Explotación I**

Comercio Exterior I  
Comercio Exterior II  
Medios de Pago I  
Medios de Pago II  
Documentación en la Compra-Venta Internacional  
Financiación de Operaciones de Comercio Exterior  
Modalidades de Crédito I  
Modalidades de Crédito II

**TEMA 5. Medios de Pago y Financiación de Apoyo a la Explotación II**

Barreras a la Exportación  
Ayudas Oficiales a la Exportación  
Impuestos que Gravan el Comercio Exterior  
Zonas con Tratamiento Fiscal Especial  
Operaciones Especiales: Compensación y Triangular  
Incoterms  
Internacionalización de Empresas

Evolución de Sistema Bancario Español  
Internacionalización hacia Iberoamérica I  
Internacionalización hacia Iberoamérica II

## **TEMA 6. Medios de Pago y Financiación de Apoyo a la Explotación III**

Introducción

Mercado Electrónico

Plan de Impulso a la Internacionalización de la Economía Española en los Sectores Asociados al Cambio Climático

Observatorio de la Internacionalización

Programas de Apoyo

Líneas Directas de la OCDE

Tipos de Informes de Mercados

Programas de Empresa

## **MÓDULO 2: COMERCIO ELECTRÓNICO**

Introducción

- La cadena de valor en el comercio electrónico
- Tecnologías del comercio electrónico
- Comercio electrónico ente empresas: B2B
- El comercio electrónico al consumidor final: B2C
- Los modelos de negocio del comercio electrónico
- El comercio electrónico en la gestión empresarial
- Atención al cliente
- El marketing en Internet (I)
- El marketing en Internet (II)
- La seguridad en el comercio electrónico
- Medios de pago y procesos de cobro
- Logística y distribución
- Legislación que afecta al comercio electrónico