

INTERNACIONALIZACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL

1. Nivel/etapa al que se dirige la actividad:

En este curso, se va a describir toda la gestión que se lleva a cabo en una empresa de dedicación agroalimentaria.

Está destinado tanto a trabajadores, como socios-empleados, directivos y ejecutivos participantes de la entidad para generar cambios en el puesto de trabajo, mantener las competencias profesionales, y adaptarse y ampliar los conocimientos.

2. Horas de duración:

140 horas. 14 CRÉDITOS

3. Número máximo de participantes:

ON-LINE.

4. Criterios de selección (si procede):

- Académicos: Título de Graduado en Educación Secundaria o Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Medio
- Experiencia laboral: no se exige
- Psicosfísicos: ninguna en especial, salvo aquéllas que impiden el normal desarrollo de la profesión

5. Tutorización:

Cada alumno tiene un tutor personal que le ayuda en su proceso de estudio. Se podrá acceder a las tutorías por email, foro personal del campus, chats, etc.

6. Metodología:

El método escogido se caracteriza por su flexibilidad en todas las modalidades de formación presencial, semipresencial y on-line (e-learning). Éste se basa en su mayoría en casos prácticos y formulación de ejercicios y supuestos reales apoyados por aplicación informática en cada uno de ellos.

7. Criterios de evaluación:

A lo largo del curso se realizarán al final de cada módulo un examen teórico tipo test, estando compuesto por un número determinado de preguntas para evaluar la asimilación de conceptos intermedios obtenidos por el alumnado, y poder realizar su seguimiento antes del examen final oficial.

OBJETIVOS:

- Conocer suficientemente el entorno global de la economía internacional y definir la naturaleza estructural del mismo a partir de los elementos y las causas que han configurado su estado actual

- Comprender el cuerpo de conocimientos (conceptos y teorías) sobre el fenómeno de la internacionalización, desde las distintas perspectivas y enfoque existentes, a través de una revisión sistemática y multifocalizada
- Proponer un marco terminológico y conceptual, así como un planteamientos teórico eclético, que permita establecer una base para la consecución de un marco teóricos general sobre la internacionalización
- Acomodar las distintas perspectivas y enfoques teóricos en un modelo estratégico de internacionalización (MEI) que estructure, de forma coherente y relacionada, las motivaciones y los factores clave determinantes de las estrategias de internacionalización, así como las diferentes vías y modalidades posibles en un entorno global
- Alcanzar un dominio del estudio de casos como metodología de investigación, por considerarse a priori apropiado para los objetivos y circunstancias de este trabajo
- Comprobar empíricamente la validez del modelo estratégico de internacionalización (MEI) propuesto para analizar el proceso de internacionalización de las empresas multinacionales seleccionadas y comprender las características, las motivaciones, los factores clave causativos de la internacionalización y el comportamiento estratégico de las mismas
- Aproximar los desarrollos generados en el marco teórico general y en el modelo estratégico de internacionalización (MEI)

CONTENIDO:

UNIDAD 1: MEDIOS DE PAGO Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

1. Tipos de contrato
2. Negociación
3. Resolución de conflictos
4. Documentos administrativos

UNIDAD 2: MARKETING INTERNACIONAL Y COMERCIO COMERCIAL

1. Precios
2. Promoción
3. Comercialización
4. Producto
5. Propuesta de valor internacional
6. Plan económico

UNIDAD 3: LOGISTICA, ADUANAS Y FINANCIACIÓN

1. Medios de transporte
2. Incoterms
3. Aduanas
4. Formas y medios de pago
5. Seguro de crédito
6. Financiación del proyecto de internacionalización

UNIDAD 4: PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN, FUNDAMENTACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADO

1. Por qué y cuándo elegir internacionalizarse
2. Análisis de mercado
3. Análisis de empresa y entorno
4. Análisis de producto
5. Análisis del país

UNIDAD 5: CASOS DE EMPRESAS

1. Presentación de proyectos de Internacionalización