Información y gestión operativa de la compraventa internacional

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 80 h
Precio: 40.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CONTENIDOS

1. Marco económico, político y jurídico del comercio internacional

####

1.1. Comercio interior, exterior e internacional.

####

1.2. El sector exterior español:

####

1.2.1. Comercio de productos, servicios e inversiones.

####

1.2.2. Relaciones comerciales por países y sectores.

####

1.3. Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas.

####

1.4. Organismos Internacionales:

####

1.4.1. Organización Mundial de Comercio. GATT

####

1.4.2. Fondo Monetario Internacional.

####

1.4.3. Grupo Banco Mundial.

####

1.4.4. Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo (UNCTAD).

####

1.5. La integración económica regional. Principales bloques económicos.

####

1.6. La Unión Europea:

####

1.6.1. Política comercial comunitaria.

####

1.6.2. Mercado Único.

####

2. Barreras y obstáculos a los intercambios comerciales internacionales

####

2.1. Barreras arancelarias:

####

2.1.1. Arancel de Aduanas.

####

2.1.2. Tipos de derechos arancelarios.

####

2.1.3. Exenciones o bonificaciones: incondicionadas y condicionadas

####

2.2. Barreras no arancelarias:

####

2.2.1. Medidas cuantitativas: contingentes a la importación, restricciones voluntarias a la exportación, medidas de efecto equivalente.

####

2.2.2. Barreras técnicas, sanitarias y medioambientales. Normalización, homologación y certificación: objetivo y finalidad, instituciones de homologación, productos y procedimientos de homologación, certificados, certificación de seguridad y patentes, licencias y otros documentos

####

2.2.3. Barreras fiscales.

####

2.3. Medidas de defensa comercial:

####

2.3.1. Medidas antidumping.

####

2.3.2. Medidas antisubvención.

####

2.3.3. Medidas de salvaguardia.

####

3. Fuentes de información en el comercio internacional

####

3.1. Información de comercio internacional:

####

3.1.1. Información comercial de clientes y proveedores internacionales

####

3.1.2. Información de los países de origen y/o destino.

####

3.1.3. Información de apoyo a la internacionalización de la empresa.

####

3.2. Canales y fuentes de información en el comercio internacional:

####

3.2.1. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

####

3.2.2. Cámaras de Comercio.

####

3.2.3. Oficinas comerciales.

####

3.2.4. Asociaciones Empresariales.

####

3.2.5. Entidades financieras.

####

3.2.6. Organismos Internacionales.

####

3.2.7. Agencia Tributaria. Dirección General de Aduanas.

####

3.3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.

####

3.4. Gestión de la información de comercio internacional:

####

3.4.1. Técnicas de archivo y actualización de la información.

####

3.4.2. Criterios de organización y archivo de la información.

####

3.4.3. Elaboración de bases de datos y aplicaciones informáticas.

####

4. Búsqueda y gestión de clientes y proveedores en comercio internacional

####

4.1. Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales:

####

4.1.1. Directorios, portales y guías multisectoriales.

####

4.1.2. E-market places sectoriales y otros.

####

4.1.3. Ferias internacionales: ayudas a la externalización de las empresas.

####

4.2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización:

####

4.2.1. Frecuencia de compra /venta.

####

4.2.2. Volumen.

####

4.2.3. Rentabilidad.

####

4.2.4. Otros.

####

4.3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores:

####

4.3.1. Principal.

####

4.3.2. Secundario.

####

4.3.3. Físico.

####

4.3.4. Informático.

####

4.4. Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores:

####

4.4.1. Elementos.

####

4.4.2. Codificación.

####

4.4.3. Modelos.

####

4.4.4. Aplicaciones informáticas aplicadas a la confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores.

####

4.5. Control de clientes/proveedores internacionales:

####

4.5.1. Frecuencia de pedidos.

####

4.5.2. Consumo.

####

4.5.3. Tamaño de los pedidos.

####

4.5.4. Variaciones en compras/ventas.

####

4.5.5. Cumplimiento de plazos y condiciones de pago, entrega y otros.

####

4.5.6. Incidencias.

####

4.5.7. Rentabilidad.

####

4.6. Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores.

####

4.7. Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional**.**

####

5. Condiciones de la compraventa internacional

####

5.1. Operaciones de compraventa internacional.

####

5.1.1. Obligaciones de las partes que intervienen.

####

5.2. Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional.

####

5.3. Condiciones de entrega en el comercio internacional, INCOTERMS:

####

5.3.1. Concepto.

####

5.3.2. Finalidad y alcance.

####

5.3.3. Aspecto contractual de los INCOTERMS.

####

5.3.4. Utilización de los INCOTERMS según la modalidad de transporte, el tipo de operación y el medio de pago o cobro internacional.

####

5.3.5. Revisiones. Análisis INCOTERMS.

####

5.3.6. Clasificación de los INCOTERMS en grupos.

####

5.3.7. Obligaciones de comprador y vendedor según incoterms.

####

5.3.8. Transmisión de costes y de riesgos.

####

5.4. Interpretación práctica de cada INCOTERM.

####

6. Elaboración de ofertas en comercio internacional

####

6.1. Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional.

####

6.2. Oferta internacional:

####

6.2.1. Información básica de la oferta.

####

6.2.2. Elaboración.

####

6.2.3. Presentación.

####

6.2.4. Negociación de la oferta comercial.

####

6.2.5. Importancia de la tarifa de precios en la relación de compraventa**.**

####

6.2.6. Condiciones de entrega y tarifa de precios.

####

6.3. Elementos de la tarifa de precios:

####

6.3.1. Producto.

####

6.3.2. Unidad de venta.

####

6.3.3. Vigencia.

####

6.3.4. Precio y condiciones internacionales de entrega: los incoterms.

####

6.3.5. Información complementaria, observaciones y aclaraciones.

####

6.4. Presentación de la tarifa:

####

6.4.1. Tarifa general de la empresa.

####

6.4.2. Tarifa personalizada: por país, por cliente.

####

6.4.3. Precio e Incoterm.

####

7. Gestión de pedidos y facturación en el comercio internacional

####

7.1. Proceso documental de la operación comercial.

####

7.1.1. Información y documentación de la operación a conservar.

####

7.2. Orden de pedido:

####

7.2.1. Contenido.

####

7.2.2. Revisión.

####

7.2.3. Pedido en firme.

####

7.2.4. Confirmación del pedido.

####

7.3. Preparación del pedido. Lista de contenido.

####

7.4. Factura proforma:

####

7.4.1. Elaboración.

####

7.4.2. Contenido.

####

7.4.3. Presentación.

####

7.5. Factura comercial:

####

7.5.1. Función.

####

7.5.2. Elaboración.

####

7.5.3. Contenido.

####

7.5.4. Presentación.

####

8. Aplicaciones informáticas en la gestión administrativa del comercio internacional

####

8.1. Aplicaciones generales, función y utilidades:

####

8.1.1. Procesadores de texto.

####

8.1.2. Bases de datos.

####

8.1.3. Hojas de cálculo.

####

8.1.4. Presentaciones.

####

8.1.5. Agendas y otros.

####

8.2. Aplicaciones específicas: descripción, funciones y utilización:

####

8.2.1. Área comercial.

####

8.2.2. Área fiscal.

####

8.2.3. Área administrativa.

####

8.2.4. CRM, Gestor de relaciones con clientes.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.