



Información y gestión operativa de la compraventa internacional (UF1757)

Información y gestión operativa de la compraventa internacional (UF1757)

Duración: 80 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado 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. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

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, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



Bolsa de empleo:

El alumno en desempleo puede incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas. Le pondremos en contacto con nuestras empresas colaboradoras en todo el territorio nacional

Comunidad:

Participa de nuestra comunidad y disfruta de muchas ventajas: descuentos, becas, promociones, etc....

Formas de pago:

- Mediante transferencia
- Por cargo bancario
- Mediante tarjeta
- Por Pay pal
- Consulta nuestras facilidades de pago y la posibilidad de fraccionar tus pagos sin intereses

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.



Programa del curso:

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.