

HERRAMIENTAS de COMERCIO **EXTERIOR**

2da Edición

Inicio:
15 de octubre de 2019

Escuela de Negocios
Facultad de Ciencias Económicas
Programa Académico





Fundamento de la propuesta

El comercio exterior encierra una operatoria tan interesante como compleja y en un mundo globalizado, cada vez más empresas requieren especialistas en comercio internacional.

Planificar estratégicamente la apertura de mercados brinda mejores herramientas para la toma de decisiones, permite aprovechar oportunidades y minimizar riesgos.

Objetivos

El curso propone desde el trabajo de un caso puntual, desarrollar un plan de exportación donde se analizarán las diversas estrategias básicas necesarias para una operación de comercio exterior, permitiendo entender y fortalecer el proceso de internacionalización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- . Brindar herramientas básicas de comercialización internacional: marketing y mercados.
- . Familiarizar al alumno con la planificación estratégica, desarrollo del marketing mix y del plan económico financiero de un plan de exportación.

Destinatarios

El curso está orientado principalmente a todas aquellas personas que se desempeñen o deseen desempeñarse en funciones relativas a departamentos de comercio exterior, principalmente de logística y marketing internacional.

Metodología

El programa se desarrolla desde la teoría y la práctica generando así diferentes momentos de reflexión, trabajo y una debida internalización de los contenidos.

Enfoque Práctico: una vez finalizado cada tema, los asistentes estarán mejor capacitados para aplicar las herramientas aprendidas, mejorando su gestión de comercialización de los distintos productos y/o servicios que exporten/importen.

Se propone un trabajo interactivo y participativo mediante la resolución de un caso práctico y el análisis de casos de éxito.

Certificaciones

La UNC brindará certificados de asistencia a las personas que completen el cursado con un mínimo del 80 % de asistencia del programa completo.



Plan de Estudios

1. Nociones básicas del comercio internacional. Aspectos aduaneros y logísticos

Módulo destinado al estudio de los conceptos de comercio internacional: aspectos aduaneros y logísticos, y sus principales actores; marketing internacional y plan de marketing. Todos conceptos muy necesarios para desarrollar una estrategia de comercio y marketing internacional.

Transporte Internacional de Cargas: aspectos a tener presentes en la elección del medio de transporte marítimo, fluvial, aéreo carretero o ferroviario; conferencias marítimas de fletes; determinación del costo de flete según el medio de transporte seleccionado; descripción, características e implicancias de los documentos asociados a cada medio de transporte; tipos, características, tarifas y consolidación de contenidos para el transporte multimodal.

El Seguro Internacional: Sujetos, cláusulas y primas propias del seguro internacional de transporte de mercaderías; cobertura de riesgos por parte del seguro internacional de crédito a la exportación; seguro internacional para riesgos de caución para garantías aduaneras.

2. Comercialización internacional: marketing, selección de mercados, comercio electrónico.

Módulo orientado a desarrollar las habilidades del estudiante en aplicar las perspectivas analíticas, herramientas de decisión y conceptos de marketing para decisiones como oferta de productos (incluyendo la amplitud de la línea de productos, características, nivel de calidad y servicios al cliente), programas de comunicación (con énfasis en publicidad, ventas, promoción), canales de distribución (el rol de los distribuidores, minoristas y otros intermediarios) y determinación del precio de exportación con el fin de alcanzar la estrategia del exportador en sus mercados objetivos.

3. Plan de exportación: estructura. Inicio caso práctico.

Elaboración privada del Plan de Negocios para la Exportación. Gestión e implementación. Monitoreo continuo y retroalimentación sobre la base del comportamiento del mercado. Análisis final de la gestión. Determinación de la factibilidad económica y financiera para iniciar el proceso de apertura en el orden de la firma.

Plan de Negocios para la Exportación: principales directrices de la firma para concretar y asegurar su capacidad exportadora; acciones y estimaciones presupuestarias para el período planificado; información detallada sobre: (i) mercado de destino; (ii) producto; (iii) competencia; (iv) posicionamiento y estrategias de lanzamiento; (v) publicidad; (vi) política de precios, gestión de costos, recursos humanos y presupuestos; (vii) medidas de éxito, y (viii) planning de trabajo (gestión de tiempos).

4. Finalización caso práctico. Simulaciones y conclusiones.

Análisis final de la gestión: evaluación económica privada de la decisión de comercializar internacionalmente un producto; formulación evaluación del proyecto de exportación desde el punto de vista privado; evaluación final y ajuste de la posición del producto en el nuevo mercado; monitoreo continuo y retroalimentación del comportamiento del mercado.

Días y Horarios

Los días de cursado serán **lunes y martes de 17 a 21 hs.** en la Escuela de Negocios de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC. El día de inicio de las actividades sería el **15 de octubre** de 2019. Se retoma la actividad el 21, 22, 28 y 29 de octubre. El 04 de noviembre es la última clase de este dictado.

Inversión

El Programa de **Herramientas de Comercio Exterior** se encuentra organizado en 6 encuentros de cuatro horas de duración cada uno, totalizando de 24 horas reloj de cursado.

La inversión necesaria para desarrollar el programa es de **\$ 5.000.-**

Forma de pago:

Transferencia bancaria hasta el 1 de OCTUBRE de 2.019 - **\$ 4.500**

Transferencia bancaria hasta el 11 de OCTUBRE de 2.019 - **\$ 5.000**

Tarjeta de crédito hasta el 11 de OCTUBRE de 2.019 -2 cuotas de **\$2.700**

Docentes

Mgter. **Roxana MARTINEZ CORZO**

Licenciada en Relaciones Internacionales

Especialista en Derecho Comunitario de la Unión Europea (Universidad de Barcelona)

Especialista en Marketing Internacional (Universidad de Barcelona)

Master en Finanzas y Comercio Internacional (Universidad de Barcelona)

Profesora de Teoría de las Relaciones Internacionales (Universidad de Congreso)

Profesora de Operatoria de Comercio Exterior (Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Cuyo)

Lic. **Eduardo COMELLAS**

Licenciado en Economía, egresado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo en 2003.

Magister en Economía y Negocios, egresado de la Facultad de Ingeniería y Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de San Luis (FICES-UNSL) en 2010.

Ejerce desde 2004 la profesión en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo, en la cátedra de Operatoria del Comercio Exterior.

A través de diversos proyectos, ha desarrollado tareas de investigación, capacitación, transferencia y asesoramiento en temas vinculados con la gestión de proyectos de exportación.

