

MARKETING INTERNACIONAL Y NEGOCIACIONES

El taller de “Marketing Internacional y Negociaciones” busca mejorar y fortalecer las capacidades de las pequeñas y medianas empresas, en temas relacionados con su participación en las actividades de promoción comercial

Objetivo

Brindar capacitaciones especializadas enfocadas en marketing internacional y negociaciones.

Contenido

La enseñanza en este taller se orienta a la adquisición del mayor dominio en la participación de las empresas en las actividades de promoción comercial (Ferias y misiones internacionales). Las capacidades que se deben fortalecer son: acción asertiva, discriminación selectiva, visión prospectiva.

Comprender y utilizar adecuadamente los contenidos de marketing y las negociaciones internacionales.

PLAN CURRICULAR – MARKETING INTERNACIONAL Y NEGOCIACIONES

TEMAS GENERALES DENTRO DEL CONTENIDO CURRICULAR	TEMAS ESPECIFICOS (Capítulos)	Horas	Sesiones
1.1. MARKETING INTERNACIONAL	Los mercados Internacionales.	4	4
	Estrategias de marketing.	4	
	Plan de marketing	4	
	Casos prácticos.	4	
	Total	16	
1.2. PARTICIPACION EN UNA FERIA INTERNACIONAL	Tipos de ferias internacionales.	2	2
	Etapas de una feria internacional.	3	
	Marketing en una feria internacional.	3	
	Total	8	
1.3. NEGOCIACIONES INTERNACIONALES	La sociedad Global.	1	3
	Los patrones internacionales de negociaciones.	1	
	Las técnicas de negociaciones.	4	
	Protocolos internacionales de negociaciones.	2	
	Estudios de casos	4	

	Total	12	

Público objetivo

Exportadores en Proceso y exportadores actuales.

Requisitos y condiciones

PERFIL INICIAL	REQUISITOS DE VALIDACIÓN DE PERFIL
Mayor de 18 años.	DNI
Estudios superiores.	Constancias o Certificados.
Participación en capacitaciones y talleres.	Constancias o Certificados que acrediten los estudios realizados.
Conocimiento básico de comercio exterior o experiencia asimilada en el tiempo.	Constancias de estudios o documentos de centro laboral que acredite tiempo de experiencia.
Registrado en PROMPERU (DUE).	Identificación del registro por medio del RUC.
No tener deuda con la institución.	Identificación de la deuda por medio del EAPEX.
Ejercer actividad orientada al comercio exterior en una empresa debidamente constituida.	RRPP, RUC y carta de presentación de la empresa.
Que labore en un área de la empresa que genera valor agregado vinculado a la capacitación que postula.	Carta de presentación de la empresa indicando el área en que labora.
Persona natural o jurídica con ruc.	RUC (activo).

Duración

1 Mes.

Sectores

Multisectorial.

Indicadores de medición de cumplimiento

Marketing Internacional y Negociaciones
N° de empresas participantes