

Programa de estudios de la asignatura

Técnicas de Ventas Internacionales

Área profesional básica

Clave: CE328

Objetivo general de la asignatura

Al finalizar el curso, el alumno:

Aplicará técnicas para el proceso de ventas, principalmente a nivel Internacional, procurando mejorar las prácticas y procedimientos comerciales actuales.

Temas y subtemas**1. Función de venta.**

- 1.1 Antecedentes.
- 1.2 Proceso de planeación de venta.
- 1.3 Sistema clásico de venta.
- 1.4 Etapas de las ventas.
- 1.5 Principales ventajas de las ventas internacionales.
- 1.6 Prioridades en la comercialización de un producto.

2. El marketing internacional.

- 2.1 Marketing global.
- 2.2 Investigación del marketing.
- 2.3 Marketing nacional y Marketing internacional.
- 2.4 Fases del compromiso del Marketing Internacional.
- 2.5 Estrategias de mercadotecnia.
- 2.6 Elementos que constituyen el plan de marketing.

3. Estrategia comercial.

- 3.1 Proceso de exportación.
- 3.2 Proceso de venta internacional.
- 3.3 Análisis de la empresa.
- 3.4 Análisis del producto.
- 3.5 Análisis del mercado.
- 3.6 Ferias internacionales y misiones comerciales.
- 3.7 Formación de la cotización internacional.

4. Negociación internacional.

- 4.1 Elementos de la negociación.
- 4.2 Tácticas de negociación.
- 4.3 Dimensiones culturales.
- 4.4 Negociación multicultural.

4.5 Estrategias para lograr una negociación exitosa.

5. Ventas a crédito.

5.1 Control de cambios.

5.2 Formas de pago internacional.

5.2.1 Pagos directos.

5.2.2 Pagos indirectos.

5.3 Seguros y coberturas contra riesgos en la exportación.

5.4 Entorno legal.

5.5 Fondos de fomento a las exportaciones en México.