

The background image shows a person's hand using a computer mouse. The scene is softly blurred, focusing on the hand and the mouse. A decorative graphic of seven white circles of varying sizes is arranged in a vertical line on the right side of the page. A semi-transparent grey rounded rectangle is positioned in the center, containing the main title.

Información e instrumentos de promoción en mercados exteriores

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Capacitar para utilizar todos los instrumentos de promoción con los que cuenta la empresa con el fin de implantar un producto en el comercio internacional y conseguir la promoción del producto en el exterior.

□ **Objetivos Específicos**

- Identificar, por parte de las empresas, las necesidades de información.
- Conocer las fuentes de información disponibles.
- Tomar decisiones y actuar a partir de las necesidades de información identificadas.
- Conocer las entidades y programas que intervienen en el proceso de internacionalización.
- Describir los principales instrumentos de promoción exterior con apoyo institucional.
- Facilitar el enlace directo a las páginas web de los organismos para su conocimiento más completo.

Contenidos

| 40 Horas | INFORMACIÓN E INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN EN MERCADOS EXTERIORES |
|---------------------|--|
| 22 horas | <ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: La información en el Comercio Exterior. <ul style="list-style-type: none"> • La Necesidad de Información • La Información de Mercado • Fuentes de Información • Información para Negociar |
| 18 horas | <ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 2: Instrumentos de promoción en Mercados Exteriores. <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Promoción Exterior • Instrumentos Prom.: ICEX • Instrumentos Prom.: Extenda |
| 40 Horas | 2 unidades didácticas |