



Guía Didáctica

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 | 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 | 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 |