

- Promoció i negoci a través de les xarxes socials,
- Comerç exterior

Subvencionat pel Consorci  
Convocatòria 2018



**ESCOLA SANT  
GERVASI**  
COOPERATIVA

Àrea de Qualificació  
Professional

**Escola Sant Gervasi Cooperativa**  
Cr. Sabadell 41, 08100 Mollet del Vallès  
93 5795430 / [www.santgervasifc.com](http://www.santgervasifc.com)

[www.santgervasifc.com](http://www.santgervasifc.com)

## Comentaris generals de l'oferta formativa

### Accions formatives incloses a l'itinerari:

Aquest itinerari inclou les següents accions formatives:

Denominació	Tipus	Hores
Promoció i negoci a través de les xarxes socials	Curs	40 hores
Comerç exterior	Curs	40 hores
<b>Total hores de l'itinerari</b>		<b>80 hores</b>

### Planificació de les accions formatives:

- Les accions formatives que componen el present itinerari estan programades de manera que aquelles persones vulgui realitzar la totalitat de les accions formatives les puguin realitzar.
- Els possibles candidats es poden inscriure a totes les que vulguin d'aquest itinerari, **ja sigui únicament a una o bé a totes.**

### Programes i Continguts de les accions formatives:

#### Promoció i negoci a través de les xarxes socials

Durada.

- Hores: 40

Objectius:

-Identificar les principals eines de gestió de xarxes socials en les empreses.

Objectius específics:

- Identificar les principals xarxes socials en les empreses.
- Identificar els diferents tipus de relacions professionals que es poden desenvolupar a través d'internet.
- Reconèixer la importància de crear una marca personal que possibiliti i fomenti les relacions socials entre empreses.

- Identificar els diferents mecanismes de màrqueting que es poden utilitzar per potenciar les relacions comercials.
- Comprendre les transformacions generades per les noves tecnologies en l'àmbit empresarial.
- Conèixer les eines web 2.0 que permeten realitzar una campanya de màrqueting on-line i adaptar-les al nostre model de negoci.

## Continguts:

### *1. Branding: Imatge de marca VS imatge personal*

- 1.1 La identitat visual corporativa:
- 1.2 definició, característiques i tipologies
- 1.3 Elements bàsics de la marca

### *2. El màrqueting digital*

- 2.1 El Pla de Màrqueting Digital
- 2.2 Definició d'objectius. SMART Goals
- 2.3 Fases: Acquisition, Engagement, Conversion i Fidelity
- 2.4 Tècniques de Màrqueting Digital
  - 2.4.1. SEO i SEM
  - 2.4.2. Mail Màrqueting
  - 2.4.3. Anàlisi Web
  - 2.4.4. Xarxes Socials

### *3. Foment de les relacions empresarials a través de les xarxes socials*

- 3.1 Importància de la connexió amb els clients, usuaris a través de les xarxes en:
  - 3.1.1. La visualització de l'empresa
  - 3.1.2. La generació d'oportunitats de negoci
  - 3.1.3. El foment de la participació de l'empresari
  - 3.1.4. L'augment de la competitivitat empresarial
- 3.2 Determinació de l'estratègia/es en les relacions empresarials a través de les xarxes socials:
  - 3.2.1. Servei de missatgeria instantània
  - 3.2.2. Telefonia per Internet
  - 3.2.3. Xarxes socials: digitals i professionals.
  - 3.2.4. Weblogs, blogs o bitàcoles.
  - 3.2.5. Xarxes socials per a empreses.
  - 3.2.5. Comunitats de marca

## Comerç exterior

---

Durada.

- Hores: 40

Objectius:

- Integrar coneixements de diferent naturalesa per a la gestió internacional de l'empresa.
- Introduir a l'empresa als mercats exteriors, identificant les dificultats a les quals ha de fer front i les tècniques a aplicar per resoldre-les.

Continguts:

### *1. Marc econòmic, polític i jurídic del comerç internacional*

- 1.1. El comerç interior, exterior i internacional
- 1.2. El sector exterior espanyol
- 1.3. La balança de pagaments i altres magnituds econòmiques
- 1.4. Els organismes internacionals
- 1.5. La integració econòmica regional. Els principals blocs econòmics
- 1.6. La Unió Europea

### *2. Barreres i obstacles als intercanvis comercials internacional*

- 2.1. Introducció
- 2.2. Què és una Duana?
- 2.3. Despatxos duaners
- 2.4. Règims duaners en la Unió Europea
- 2.5. Barreres aranzelàries
- 2.6. Barreres no aranzelàries
- 2.7. Mesures de defensa comercial

### *3. Fonts d'informació al comerç internacional*

- 3.1. Informació de comerç internacional
- 3.2. Canales i fonts d'informació en el comerç internacional aranzelàries
- 3.3. Cercadors i bases de dades online en el comerç internacional
- 3.4. Gestió de la informació de comerç internacional

### *4. Cerca i gestió de clients i proveïdors en comerç internacional*

- 4.1. Localització i cerca de clients/proveïdors internacionals
- 4.2. Classificació de clients i proveïdors
- 4.3. Tipus d'arxius de clients i proveïdors
- 4.4. Confecció de fitxes i bases de dades de clients i proveïdors
- 4.5. Control de clients i proveïdors internacionals
- 4.6. Creació de sistema d>alertes de nous clients/proveïdors
- 4.7. Reclamacions en les operacions internacionals

#### *5. Condicions de la compravenda internacional*

- 5.1. Operacions de compravenda internacional
- 5.2. Clàusules generals del contracte de compravenda internacional
- 5.3. Condicions de lliurament en el comerç internacional: Els Incoterms
- 5.4. Interpretació pràctica de cada Incoterm

#### *6. Elaboració d'ofertes de comerç internacional*

- 6.1. Procés comercial en les operacions de compravenda internacional
- 6.2. Oferta internacional
- 6.3. Elements de la tarifa de preus
- 6.4. Presentació de la tarifa