

Commercioestero  
Network



# Catalogo Formazione



## IL NOSTRO NETWORK GLOBALE

- Forlì
- Ancona
- Almaty
- Asti
- Bari
- Barcelona
- Belluno
- Bergamo
- Bologna
- Bruxelles
- Buenos Aires
- Budapest
- Cesena
- Düsseldorf
- Firenze
- Lecce
- Londra
- Macerata
- Madras
- Milano
- Montevideo
- Mosca
- Napoli
- New York
- Roma
- Rosario
- Santiago del Cile
- Sao Paulo
- Shangai
- Tallin
- Taranto
- Tirana
- Trieste
- Vilnius

www.commercioestero.net



## Presentazione

La funzione dell'export si trasforma: non c'è più distinzione fra attività nazionale ed internazionale perché ogni mercato ha una sua dimensione rapportata al peso commerciale. Questo annulla vecchi schemi concorrenziali e ormai superate strategie di marketing suddivise per aree geografiche: sia la grande che la piccola impresa possono concorrere su una stessa area.

Quello dell'internazionalizzazione delle realtà produttive è un concetto a cui è opportuno che professionisti e aziende prestino una maggiore attenzione. La globalizzazione, in quanto continuo processo di crescita verso nuovi orizzonti di mercati, internazionali e della new economy, si presenta infatti come ricchezza di opportunità strategiche, e come sfida per professionisti e imprenditori verso un continuo aggiornamento e una capacità di lettura critica dei fenomeni e dei cambiamenti. Inoltre, l'apertura degli scenari mette in campo risorse, capacità e competenze nuove e in trasformazione, rappresentando una nuova prospettiva formativa e occupazionale.

Internazionalizzazione non è sinonimo di esportazione di prodotti o servizi, né si esaurisce in questa sua parte. Internazionalizzazione significa studio analitico di uno specifico mercato geografico; progettazione e sviluppo di prodotti mirati ad esso e loro collocazione al prezzo di mercato segmentato; pianificazione della presentazione o esposizione di quel prodotto specifico in quello stesso mercato, cogliendo tutte le opportunità legali, fiscali, amministrative e bancarie del contesto.

Questa sfida necessita del supporto di competenze professionali altamente qualificate che siano in grado di assistere i soggetti imprenditoriali in tutti i settori del mercato internazionale. La Commercioestero Network mette a disposizione di coloro che si vogliono affacciare al mondo dell'Internazionalizzazione d'Impresa le competenze sviluppate nel corso degli anni dai suoi professionisti corsi diretti a trasmettere le esperienze acquisite in modo da facilitare le loro attività nei mercati esteri.

Prof. Marco Tupponi  
Presidente Commercioestero  
Network



## Le attività formative svolte

### I PROFESSIONISTI APPARTENENTI A COMMERCIOESTERO NETWORK HANNO SVOLTO ATTIVITA' DI FORMAZIONE PER I SEGUENTI ENTI ITALIANI

I.C.E. - Istituto per il Commercio Estero - Roma - Firenze - Ancona - Bari; SDA BOCCONI - Milano; FEDEREXPORT - Roma; INFORMEST - Gorizia; I.F.O.A. - Reggio Emilia - Varese - Pesaro - Ancona - Bari - Lecce - Taranto - Bologna; MIB - Trieste; PROMOS - Milano. Inoltre per: APIS - Forlì, C.F.P. - Forlì/ Cesena/ Faenza/ Lugo; CAMERA di Commercio I.A.A. di Mantova, Piacenza, Cremona, Reggio Emilia, Matera; CENTRO CONSORZI - Belluno; CENTRO ESTERO DELLE CAMERE DI COMMERCIO EMILIANE ROMAGNOLE - Bologna; CENTRO ESTERO DELLE CAMERE DI COMMERCIO LOMBARDE - Milano; CENTRO ESTERO DELLE CAMERE DI COMMERCIO PIEMONTESE - Torino; CENTRO STUDI COMUNICARE L'IMPRESA - Bari; CERCAL - San Mauro Pascoli (FC); COFIMP - Bologna; CESCOT - Ravenna; CISITA - Parma; CNA - Padova; CNIPA - Ancona; CONFARTIGIANATO Benevento in collaborazione con l'Università del Sannio; CONFARTIGIANFORM - Napoli; CONSORZIO SALERNO TRADING - Salerno; CTC - Consorzio per la Formazione Camera di Commercio, Industria, Agricoltura, Artigianato di Bologna; CUOA - Vicenza; E.C.A.P. - Forlì/Ravenna/ Imola; E.F.E.S.O. - Bologna - Ravenna; ECIPAR - Forlì/ Rimini/ Ravenna/ Parma; ENFAP - Ravenna; ERFEA - Marche; FOREMA - Padova; FORMAPER - Milano; FORMART - Forlì/ Cesena; HKE - Milano; I.R.F.A. - Rimini; IAL - Emilia Romagna - Veneto - Friuli Venezia Giulia; ISCOM - Ravenna; ISVE - Napoli; MCM - Bari; OSFIN - Rimini; PARCO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO - Salerno; PARSEC - Bologna; PERFORMA - Ravenna; S.A.P.I.M. - Forlì; SINIM - Reggio Emilia; SPEGEA - Bari; STOÁ - Ercolano (NA); TEOREMA - Forlì; Università degli Studi di Bologna - Sede di Forlì - SERINAR; UPAL - Unione provinciale artigiani di Lecco; EX.IT. - Macerata.

### I PROFESSIONISTI APPARTENENTI A COMMERCIOESTERO NETWORK HANNO SVOLTO ATTIVITA' DI FORMAZIONE PER I SEGUENTI ENTI ESTERI

MESSICO - Istituto Tecnologico di Monterrey, Campus Leon, Guadalajara, D.F., Merida, per la formazione a studenti universitari; MESSICO - Confindustria: partecipazione a vari programmi formativi per la Pmi; VENEZUELA - I.E.S.A.: collaborazione per progetti formativi sull'export; BRASILE - SECEX - Segreteria de Comercio Exterior - Formatore di formatori per progetti formativi sull'export; BRASILE - Università di Joinville - Master in Commercio Internazionale; COLOMBIA - Camera di Commercio di Medellin.

## CORSI DI FORMAZIONE MONOTEMATICI

### Area Commerciale / Marketing Internazionale

Introduzione all'Internazionalizzazione .....	Pag. 6
Ingegneria dell'Export .....	Pag. 7
Creazione e funzionamento di un Ufficio Export .....	Pag. 8
I Consorzi Export .....	Pag. 9
Le Fiere .....	Pag. 10
Indagini di Mercato .....	Pag. 11
Marketing Internazionale .....	Pag. 12
Focus Paese .....	Pag. 13

### Area Legale

Nozioni di Contrattualistica Internazionale .....	Pag. 14
Diritto Industriale Internazionale .....	Pag. 15
Contrattualistica Internazionale .....	Pag. 16
Recupero crediti all'estero .....	Pag. 17

### Area Dogane

Nozioni Doganali .....	Pag. 18
Dogane e Logistica .....	Pag. 19

### Area Fiscalità Internazionale

Fiscalità Internazionale .....	Pag. 20
--------------------------------	---------

### Area Pagamenti

I Pagamenti Internazionali .....	Pag. 21
Le Operazioni Documetnarie .....	Pag. 22

### Area Finanziamenti

I Finanziamenti per l'Export .....	Pag. 23
I Finanziamenti Europei per l'Export .....	Pag. 24

## CORSI DI FORMAZIONE COMPLETI

Corso Introduttivo di Internazionalizzazione d'Impresa .....	Pag. 25
Corso Base in Commercio Internazionale .....	Pag. 26
Corso Avanzato in Commercio Internazionale .....	Pag. 27
Master in Commercio Internazionale .....	Pag. 28

# INTRODUZIONE ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

## OBIETTIVI

Fornire gli elementi necessari per orientare e impostare correttamente un progetto di internazionalizzazione, attraverso l'analisi degli strumenti di marketing internazionale con particolare riferimento alle micro e piccole imprese.

## CONTENUTI

- Concetti essenziali del Marketing
- Elementi essenziali del vocabolario di marketing
- L'ufficio export. Predisposizione dell'azienda a operare all'estero
- Condizioni necessarie ad operare con l'estero
- L'impresa, l'internazionalizzazione dei mercati ed effetti sull'impresa
- Informazioni: quali, dove, come, quanto costano
- Organismi preposti con l'estero (Mincomes, ICE, Camera di Commercio, Banche)
- Globalizzazione, individuazione ed analisi dei mercati
- Ricerche di mercato
- Marketing internazionale e strategie competitive
- Il supporto delle banche dati nelle strategie di marketing
- Tecniche di vendita: come negoziare, come organizzare una rete di vendita all'estero
- Come contattare un cliente estero e come gestire il rapporto.
- Preparazione di un listino prezzi e di una offerta commerciale
- Partecipare a una fiera internazionale
- Pubblicità e Marketing

## DURATA

24 ore

## INGEGNERIA DELL'EXPORT

### OBIETTIVI

Migliorare la competitività dell'export. Trasmettere esperienze. Fornire strumenti pratici per la gestione dell'export, fonti di informazione e una metodologia di lavoro.

### CONTENUTI

- Gli obiettivi da porsi per le fiere
- Criteri di selezione delle manifestazioni
- Analisi della concorrenza
- Identificazione partners commerciali
- Gestione delle informazioni e banche dati specialistiche
- Organizzazione dell'ospitalità
- La comunicazione: pubbliche relazioni e comunicati stampa
- Progetto marketing post-fiera
- Le missioni commerciali
- I Workshop

### DURATA

8 ore

## CREAZIONE E FUNZIONAMENTO DI UN UFFICIO EXPORT

### OBIETTIVI

Fornire gli elementi necessari per impostare correttamente un Ufficio Estero con particolare attenzione alle competenze che deve avere un Export Manager ed i suoi collaboratori.

### CONTENUTI

- Concetti essenziali del Marketing
- Elementi essenziali del vocabolario di marketing
- L'ufficio export. Predisposizione dell'azienda a operare all'estero
- Condizioni necessarie ad operare con l'estero
- L'impresa, l'internazionalizzazione dei mercati ed effetti sull'impresa
- Informazioni: quali, dove, come, quanto costano
- Organismi preposti con l'estero (Mincomes, ICE, Camera di Commercio, Banche)
- Globalizzazione, individuazione ed analisi dei mercati
- Ricerche di mercato
- Marketing internazionale e strategie competitive
- Il supporto delle banche dati nelle strategie di marketing
- Tecniche di vendita: come negoziare, come organizzare una rete di vendita all'estero
- Come contattare un cliente estero e come gestire il rapporto.
- Preparazione di un listino prezzi e di una offerta commerciale
- Partecipare a una fiera internazionale
- Pubblicità e Marketing

### DURATA

16 ore

## I CONSORZI EXPORT

### OBIETTIVI

Lo scopo è quello di organizzare la struttura e le attività per il raggiungimento degli obiettivi prefissati dal Consorzio

### CONTENUTI

- Il perché dei consorzi: le esigenze delle PMI
- Le principali difficoltà per la realizzazione di un Consorzio
- L'esperienza italiana: Federexport
- Una panoramica dei consorzi italiani
- Caratteristiche de consorzi italiani: settori, dimensioni, servizi richiesti
- Tipi di consorzi: promozionali, vendita, mono e plurisettoriali
- I vantaggi dell'appartenenza ad un consorzio
- Come incentivare la formazione dei consorzi
- Le tappe principali per la creazione di un consorzio
- Esempi di statuto interno
- Progetti di impostazione di consorzi: esperienze pratiche

### DURATA

8 ore

## LE FIERE

### OBIETTIVI

Le fiere sono il mezzo promozionale più antico a disposizione di produzione e commercio per ampliare il proprio mercato. È importante renderle efficaci, per non vanificare investimenti economici e strategie commerciale per conquistare nuovi clienti.

### CONTENUTI

- Gli obiettivi da porsi per le fiere
- Criteri di selezione delle manifestazioni
- Analisi della concorrenza
- Identificazione partners commerciali, industriali e tecnologici all'estero
- Marketing mix per il pre-fiera
- Gestione delle informazioni e banche dati specialistiche
- Organizzazione dell'ospitalità
- La comunicazione finalizzata: pubbliche relazioni e comunicati stampa
- I documenti necessari per andare in fiera
- Progetto marketing post-fiera

### DURATA

16 ore

## INDAGINI DI MERCATO

### OBIETTIVI

Capire l'importanza operativa ed il risparmio che ha l'impresa con la realizzazione di una indagine di mercato prima di affrontare i mercati internazionali

### CONTENUTI

- A cosa serve una indagine di mercato
- Panoramica sulle fonti di informazione sull'estero: fonti secondarie e primarie
- Principali linee guida sulle modalità di scelta, reperimento ed elaborazione delle informazioni necessarie, in funzione di specifici obiettivi conoscitivi
- Modalità raccolta dati
- Dove reperire le informazioni

### DURATA

8 ore

# MARKETING INTERNAZIONALE

## OBIETTIVI

Fornire gli elementi necessari per impostare correttamente un progetto di internazionalizzazione, attraverso l'analisi degli strumenti di marketing internazionale con un approccio pratico ed operativo.

## CONTENUTI

- Il sistema di marketing internazionale.
- La strategia di marketing per le microimprese.
- Strategie di promozione
- Strategie di prezzo
- Strategie di prodotto
- Il distributore estero: la ricerca, la scelta, la valutazione e la gestione, un esempio pratico di gestione ottimale
- La gestione integrata della comunicazione (destinatari, obiettivi, strumenti).
- Panoramica sulle fonti di informazione sull'estero.
- Principali linee guida sulle modalità di scelta, reperimento ed elaborazione delle informazioni necessarie, in funzione di specifici obiettivi conoscitivi
- Il business plan
- Modalità raccolta dati
- Il Web Marketing: come usare Internet per promuovere l'azienda e trovare partners commerciali.

## DURATA

40 ore

## FOCUS PAESE

### OBIETTIVI

Permettere alle PMI di avere una idea chiara, precisa e aggiornata della situazione in una determinata nazione, con le sue potenzialità e rischi. I paesi che possono essere analizzati sono:

- U.E. 25
- Russia
- India
- Cina
- Nord e Sud America (in particolare paesi NAFTA e Mercosur)
- Paesi bacino mediterraneo
- Paesi Medio Oriente

### CONTENUTI

- Scenario politico, culturale ed economico della nazione
- Analisi del contesto geoeconomico e delle opportunità per le PMI Italiane.
- Come vendere con successo: strategie commerciali e scelte dei canali distributivi
- Problematiche operative commerciali
- Consigli pratici
- La ricerca delle informazioni
- Opportunità di Business

### DURATA

8 ore per paese

# NOZIONI DI CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

## OBIETTIVI

Individuare ed analizzare, attraverso un'adeguata conoscenza degli elementi di impostazione tecnica e giuridica, le caratteristiche fondamentali della contrattualistica internazionale al fine di perseguire una ottimale gestione dei rapporti commerciali con l'estero.

## CONTENUTI

- Nozioni generali di contrattualistica internazionale
- Il contratto di compravendita internazionale
- Il contratto di concessione e di franchising
- Il contratto di agenzia e di procacciamento d'affari
- Le joint venture ed il trasferimento di tecnologia

## DURATA

16 ore

# DIRITTO INDUSTRIALE INTERNAZIONALE

## OBIETTIVI

Conoscere e approfondire le problematiche dei marchi e brevetti in ambito internazionale.

## CONTENUTI

- Le frontiere del Diritto Industriale
- Come usare i marchi nella competizione internazionale
- Come proteggere il marchio in Italia e a livello internazionale
- I brevetti in prospettiva internazionale
- I contratti di trasferimento di brevetti
- Politiche di estensione dei marchi e brevetti all'estero

## DURATA

8 ore

# CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

## OBIETTIVI

Studio approfondito e completo di tutte le problematiche legali che si affrontano nei mercati internazionali.

## CONTENUTI

- Perché e come fare un contratto: tecniche di redazione contrattuale.
- Negoziazione, contrattazione e vendita di prodotti a clienti di diversi mercati ed aree geoeconomiche;
- Trattative e responsabilità precontrattuale;
- Forma del contratto, conclusione del contratto;
- Le condizioni generali, le clausole del contratto, la legge applicabile;
- Il contratto di subfornitura: definizione, forma pagamenti, responsabilità;
- I contratti di distribuzione: agenzia, concessione di vendita, franchising;
- Il Contratto di compravendita;
- Il contratto di distribuzione;
- Contratti assicurativi per le merci (CIF);
- La risoluzione delle controversie e il foro competente
- Esercitazioni pratiche: redazione di contratti internazionali

## DURATA

40 ore

# RECUPERO CREDITI ALL'ESTERO

## OBIETTIVI

Capire gli strumenti per prevenire e risolvere la problematica del recupero dei crediti in un paese estero.

## CONTENUTI

- L'importanza della contrattualizzazione del rapporto d'affari: le caratteristiche del contratto internazionale.
- Le clausole di cautela e di garanzia nei contratti: legge applicabile, foro competente, incoterms; clausole di cautela e di garanzia dei crediti (star del credere, riserva di proprietà) la normativa nazionale sui ritardi di pagamento (d.lgs 9 ottobre 2002 n. 231)
- Tutela del credito: il recupero del credito nazionale e internazionale
- Le fasi di recupero del credito: stragiudiziale e giudiziale
- Le procedure concorsuali (cenni) la scelta fra azioni giudiziarie nazionali ed extranazionali presupposto: verifica della condizione di eseguibilità del provvedimento nazionale nel paese estero (convenzione bilaterale o appartenenza UE);
- Presupposto: verifica della condizione di eseguibilità del provvedimento arbitrale internazionale (convenzione di New York);

## DURATA

16 ore

## NOZIONI DOGANALI

### OBIETTIVI

Capire le principali problematiche che si affrontano quando vengono inviate le merci all'estero.

### CONTENUTI

- La disciplina doganale vigente in Italia
- L'accertamento doganale
- La tariffa doganale e il codice di nomenclatura combinata
- L'informazione Vincolante Tariffaria e dell'Origine
- Gli scambi intracomunitari ed extracomunitari
- Temporanee importazioni ed esportazioni per agevolare il traffico internazionale
- Fatturazione ed Iva nelle operazioni di commercio estero
- Territorialità dell'imposta ed esenzione Iva all'esportazione
- Rimborso IVA a non residenti
- Operazioni intracomunitarie e con paesi terzi

### DURATA

16 ore

## DOGANE E LOGISTICA

### OBIETTIVI

Migliorare le competenze e la conoscenza su aspetti relativi alle dogane, gli strumenti, le formalità, gli adempimenti e la documentazione necessaria per le operazioni di commercio con l'estero.

### CONTENUTI

- La figura dello spedizioniere ed il vettore
- I trasporti internazionali: documentazione e limiti alla responsabilità del vettore
- Trasporto marittimo
- Trasporto aereo
- Trasporto su strada e ferrovia
- Trasporto fluviale
- Trasporto intermodale
- Termini di resa nel commercio internazionale: le conseguenze giuridiche della scelta operata dalle parti.
- Le fasi della spedizione internazionale: caratteristiche e problematiche
- La disciplina doganale vigente in Italia
- L'accertamento doganale
- I metodi per ridurre al minimo attese e formalità burocratiche; rispetto dei tempi di sdoganamento predefiniti;
- L'emissione bolletta singola per ogni partita o bolletta cumulativa per i groupage; emissione carnet TIR; emissione carnet ATA;
- La tariffa doganale e il codice di nomenclatura combinata
- L'informazione Vincolante Tariffaria e dell'Origine
- Gli scambi intracomunitari ed extracomunitari
- Temporanee importazioni ed esportazioni per agevolare il traffico internazionale
- Fatturazione ed Iva nelle operazioni di commercio estero
- Territorialità dell'imposta ed esenzione Iva all'esportazione
- Rimborso IVA a non residenti
- Operazioni intracomunitarie e con paesi terzi

### DURATA

32 ore

# FISCALITA' INTERNAZIONALE

## OBIETTIVI

Fornire le conoscenze relativamente ad importazioni ed esportazioni della normativa e degli adempimenti in materia di IVA ed alla compilazione dei modelli INTRA ed a tutti gli adempimenti previsti per chi effettua scambi intracomunitari e con i paesi terzi.

## CONTENUTI

- Fiscalità cessione di beni e prestazioni di servizio
- Acquisti in esenzione di imposta, plafond, formazione e adempimenti
- Normativa IVA in ambito comunitario: il modello INTRA
- Fiscalità internazionale, doppia imposizione, off-shore. Territorialità: cessione dei beni e prestazioni di servizio
- Le esportazioni - Le operazioni triangolari - L'intervento dei commissari. Le esportazioni dirette
- Il documento di trasporto nelle esportazioni - Le esportazioni indirette
- La determinazione del plafond per gli acquisti agevolati -
- Obblighi formali per usufruire per la non imponibilità degli acquisti
- Le operazioni assimilate all'esportazione: gli acquisti agevolati - Le importazioni
- Le importazioni non soggette a IVA.
- Gli adempimenti per gli esportatori: schede operative.

## DURATA

24 ore

## I PAGAMENTI INTERNAZIONALI

### OBIETTIVI

Definire il sistema dei pagamenti, controllarne la riscossione, il recupero del credito e conoscere la relativa documentazione bancaria.

### CONTENUTI

- Ruolo della banca nel commercio internazionale. I conti in valuta e i conti in lire di conto estero.
- Il sistema SWIFT e le linee di credito.
- La normativa italiana in materia valutaria La comunicazione valutaria statistica. Le condizioni di pagamento nel contratto di compravendita internazionale.
- La scelta delle forme di pagamento internazionale come leva di marketing.
- Forme di pagamento: bonifico, rimessa di assegni, incasso documentario, COD, CAD.
- Tipologie di credito documentario: trasferibile, rotativo, stand by, clausola rossa.
- Forme di garanzia bancaria: bid bond, performance bond, advance payment bond.
- Finanziamenti in valuta e copertura del rischio di cambio: contratti a termine, options, swaps, derivati.
- Smobilizzo crediti e assicurazione crediti: la legge Ossola, il credito acquirente, il forfaiting e la cambiale internazionale.
- Strumenti finanziari agevolativi nazionali e comunitari.

### DURATA

24 ore

## LE OPERAZIONI DOCUMENTARIE

### OBIETTIVI

Qual è il significato dei vari termini usati nel linguaggio comune, sono giustificate le riserve sollevate dalle banche? Come rendere sicura ed efficace questa forma di pagamento, come compilare i documenti perché siano accettati dalle banche senza riserve? Qual è il ruolo e le responsabilità di banche e spedizionieri?

### CONTENUTI

- Il credito documentario nel contratto di vendita: quali le implicazioni con le altre clausole.
- La conferma e la designazione in un credito documentario.
- I documenti in un credito documentario.
- Esame dei documenti da parte delle banche.
- Quali le irregolarità più frequenti.
- Tipi di credito documentario e garanzie bancarie.
- Esame di casi e gestione del credito documentario.

### DURATA

8 ore

## I FINANZIAMENTI PER L'EXPORT

### OBIETTIVI

Rendere i partecipanti coscienti di quali e quanti strumenti agevolati hanno a disposizione, provenienti da una pluralità di fonti diverse (Simest, Unione Europea, Ministero Attività Produttive, Ministero Affari Esteri, Camere di Commercio). Far comprendere modalità di funzionamento ed opportunità di utilizzo di ogni singolo strumento. Come gestire i rapporti con questi enti e con i normali istituti di credito per un'ottimizzazione finanziaria delle attività con l'estero.

### CONTENUTI

- La Legge 394/81
- Il finanziamento degli studi di fattibilità
- La Legge 100/90
- Gli strumenti bilaterali
- I finanziamenti locali
- Finanziare la formazione
- Finanziare la messa in opera di impianti e macchinari
- Lo strumento SIMEST
- Gli strumenti dell'Unione europea
- Gli strumenti della cooperazione allo sviluppo

### DURATA

24 ore

## I FINANZIAMENTI EUROPEI PER L'EXPORT

### OBIETTIVI

Far conoscere i programmi di finanziamento a livello comunitario che incentivano la cooperazione a livello internazionale e che permettano alle imprese di creare strategie per la penetrazione nei mercati esteri.

### CONTENUTI

- I Fondi Strutturali: incentivi alle imprese che vogliono fare internazionalizzazione
- Analisi dei principali strumenti agevolativi comunitari a disposizione delle Pmi
- Programmi europei per Enti ed Associazioni volti alla promozione della cooperazione internazionale
- Analisi pratico/applicativa della modulistica relativa ai programmi di finanziamento comunitario: procedure da seguire ed errori da evitare

### DURATA

16 ore

# CORSO INTRODUTTIVO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA

## OBIETTIVI

Fornire le nozioni essenziali per affrontare i mercati internazionali e conoscere le problematiche relative all'Internazionalizzazione delle PMI

## CONTENUTI

- Modulo 1: Nozioni fondamentali di internazionalizzazione
- Modulo 2: Nozioni di Contrattualistica internazionale
- Modulo 3: Nozioni di Dogane e Trasporti internazionali
- Modulo 4: Nozioni di Pagamenti internazionali
- Modulo 5: Nozioni di Finanziamenti internazionali
- Modulo 6: Nozioni di Fiscalità internazionale

## DURATA

48 ore (6 giornate da 8 ore)

## CORSO BASE IN COMMERCIO INTERNAZIONALE

### OBIETTIVI

Fornire gli strumenti di base per conoscere i mercati internazionali e le relative problematiche e modi di risoluzione

### CONTENUTI

- Modulo 1: L'internazionalizzazione d'impresa
- Modulo 2: Contrattualistica internazionale
- Modulo 2: Marketing internazionale
- Modulo 4: Dogane e Trasporti internazionali
- Modulo 5: Pagamenti internazionali. Crediti documentari.
- Modulo 6: Finanziamenti internazionali
- Modulo 7: Fiscalità internazionale

### DURATA

104 ore (13 giornate da 8 ore)

## CORSO AVANZATO IN COMMERCIO INTERNAZIONALE

### OBIETTIVI

Fornire le conoscenze per gestire i rapporti delle PMI con l'estero. Permettere la creazione e gestione di un ufficio export. Creare le competenze trasversali di supporto all'impresa che opera nei mercati internazionali.

### CONTENUTI

- Modulo 1: L'internazionalizzazione d'impresa
- Modulo 2: Contrattualistica internazionale
- Modulo 2: Marketing internazionale
- Modulo 4: Dogane e Trasporti internazionali
- Modulo 5: Le Fiere
- Modulo 6: Pagamenti internazionali. Crediti documentari
- Modulo 7: Finanziamenti internazionali
- Modulo 8: Fiscalità internazionale
- Modulo 9: Il Commercio elettronico. Il Web Marketing

### DURATA

400 ore (50 giornate da 8 ore)

# MASTER IN COMMERCIO INTERNAZIONALE

## OBIETTIVI

Creare una figura altamente specializzata e professionale per il commercio internazionale, in grado di poter assistere e seguire in modo completo l'impresa in tutte le fasi dell'internazionalizzazione.

## CONTENUTI

- Modulo 1: L'internazionalizzazione d'impresa
- Modulo 2: Contrattualistica internazionale
- Modulo 2: Marketing internazionale
- Modulo 4: Dogane e Trasporti internazionali
- Modulo 5: Le Fiere
- Modulo 6: Pagamenti internazionali. Crediti documentari.
- Modulo 7: Finanziamenti internazionali
- Modulo 8: Fiscalità internazionale
- Modulo 9: Il Commercio elettronico. Il Web Marketing
- Modulo 10: Analisi macroaree (Paesi UE, Mediterraneo, Est Europa, Russia, Cina, India, Brasile, America Latina, Nord America)

## DURATA

800 ore (100 giornate da 8 ore)