

MODUL FORMATIU: CONTINGUTS

ACCIÓ 1: GESTIÓ AVANÇADA DE COMERÇ INTERNACIONAL

MF1: QUINS SÓN ELS TRÀMITS QUE HAS DE CONÈIXER DEL COMERÇ EXTERIOR?

Continguts:

1. Barreres del comerç internacional:

- Barreres fiscals: IVA, impostos especials, drets aranzelaris, mesures de defensa de la competència, exaccions d'efecte equivalent.
- Altres barreres: barreres tècniques, normalització, certificació, homologació i control de qualitat.

2. L'origen de les mercaderies:

- Origen comunitari.
- Tipus d'origen: preferencial i no preferencial.
- Certificats d'origen de les mercaderies.

3. El Comerç Interacomunitari:

- El trànsit comunitari.
- El intrastat.

4. Els aranzels:

- El sistema harmonitzat.
- La nomenclatura combinada.
- El taric.
- L'impost duaner.
- El valor en duana.

MF2: ELS DOCUMENTS DEL COMERÇ INTERNACIONAL

Continguts:

1. Importació i exportació:

- Règim duaner i comercial.
- Legislació.
- Documentació.
- Aspectes duaners de la política comunitària.
- Altres polítiques comunitàries.

2. Assegurança de les mercaderies:

- Normativa legal.
- Riscos assegurables.

- Tipus de pòlisses.
- 3. La contractació internacional:**
- Els contractes internacionals.
 - Incoterms.

MF3: VOCABULARI COMERÇ INTERNACIONAL

Continguts:

- 1. Paraules clau en Comerç Internacional**
 - Conèixer vocabulari específic en anglès.
- 2. Sintetitzar exposicions:**
 - Aprendre a exposar qüestions de forma sintètica i amb les estructures angleses.

MF4: EL REPTE DE LA DESCARBONITZACIÓ DEL COMERÇ INTERNACIONAL

Continguts:

- 1. Transacció sostenible de mercaderies:**
 - Analitzar quins són els mitjans més òptims i sostenibles per al moviment de mercaderies.
- 2. Anàlisi de residus i economia circular:**
 - Relacionar els residus i esquema dels recursos aprofitables.

ACCIÓ 2: MÀRQUETING DIGITAL; PLANIFICACIÓ I EINES

MF1: EL MÀRQUETING DIGITAL: PLA DE MÀRQUETING

Continguts:

- 1. Models de negoci 2.0 i Indústria 4.0. Màrqueting digital.**
 - Tècniques i eines.
- 2. Canals digitals com a part de l'estratègia de màrqueting digital.**
- 3. L'anàlisi DAFO.**
- 4. Pla de Màrqueting Digital:**
 - Fases, tipus d'accions i campanyes.
- 5. Objectius i indicadors de mesurament del pla de Màrqueting Digital.**
- 6. Calendari d'accions**
 - Planificació temporal.
- 7. Gestió del pressupost.**

MF2: XARXES SOCIALS CORPORATIVES I GESTIÓ DE CONTINGUTS

Continguts:

- 1. Xarxes socials:**
 - Peculiaritats i possibilitats.
- 2. Xarxes socials com a part de l'estratègia de màrqueting digital.**
 - Tipus d'accions i adequació.
- 3. Imatge de marca i posicionament digital.**
- 4. Gestió de pressupost en xarxes socials.**
 - Accions de pagament.
- 5. Estratègia de continguts.**
 - Fases i tipus de continguts digitals.
- 6. Fases en la creació de continguts digitals.**
- 7. Documents en la creació de continguts digitals.**
- 8. Eines de publicació de continguts.**
- 9. Email màrqueting.**

MF3: MONITORATGE I ANALÍTICA DIGITAL

Continguts:

- 1. Mètriques i indicadors clau del pla de màrqueting digital.**
- 2. Mètriques quantitatives i qualitatives.**
- 3. Monitoratge i escolta activa en els canals digitals.**
- 4. Eines d'anàlítica aplicable a màrqueting digital.**
- 5. Anàlisis i conclusions a extreure dels resultats de les accions.**

MF4: MÀRQUETING DIGITAL MÉS SOSTENIBLE

Continguts:

- 1. Màrqueting digital, màrqueting sostenible:**
 - Reducció de paper i material de comunicació.
- 2. Reducció de la petjada de carboni.**
- 3. Explicació dels ODS de l'Agenda 2030.**