MÓDULO 4

I. INFORMACIÓN GENERAL

Módulo	: **Promoción de tu producto.**
Público objetivo	: Usuarios exportadores y potenciales exportadores.
Requisitos y condiciones	: Se requiere acceso a internet y registrarse de forma gratuita en la plataforma virtual Moodle.
Duración	: 2 semanas.

II. INTRODUCCIÓN

El Comercio exterior ha registrado un crecimiento importante en los últimos años y representa para las empresas peruanas una oportunidad para diversificar sus mercados y ampliar su oferta exportable. Para ello, las empresas deben conocer los fundamentos de la gestión estratégica y operativa de la exportación que les permita acceder a los mercados internacionales competitivamente.

En ese sentido, PROMPERU ha desarrollado esta plataforma virtual con módulos de aprendizaje didácticos, contenido innovador y recursos de gran utilidad para satisfacer las necesidades de capacitación de los usuarios exportadores y potenciales exportadores.

III. FUNDAMENTACIÓN DEL MÓDULO

Este cuarto módulo de aprendizaje permitirá al usuario exportador o potencial exportador, conocer las diversas herramientas de promoción comercial para definir las estrategias de promoción comercial más adecuadas para la gestión comercial de su oferta exportable, logrando establecer contactos comerciales y potenciales negociaciones.

IV. OBJETIVO GENERAL

Definir estrategias de promoción comercial para la gestión comercial de la oferta exportable que permita la generación de contactos comerciales y potenciales negociaciones, identificando las principales actividades de promoción, las estrategias de comunicación y el uso de las herramientas digitales.

V. LOGRO ESPERADO

El usuario exportador/potencial exportador:

1. Reconoce la promoción comercial como mecanismo esencial en los negocios de exportación.
2. Identifica los conceptos fundamentales asociados a las herramientas de promoción comercial, clasificación y tipología.
3. Identifica los conceptos fundamentales asociados al plan de promoción comercial, sus objetivos, estrategias y principales herramientas.

4. Reconoce la importancia de la publicidad y marketing 2.0 en la promoción internacional actual.
5. Reconoce los servicios de la Ruta Exportadora que permiten definir la estrategia promoción comercial internacional del producto a exportar.

VI. ESTRUCTURA DEL CURSO

El módulo 4 denominado Promoción de tu producto consta de los siguientes temas y subtemas:

1. La promoción comercial	1.1. Propósito e importancia de la promoción de los productos 1.2. Del plan de exportaciones al plan de promoción comercial: Herramientas de promoción
2. Actividades de promoción comercial	2.1. Ferias internacionales 2.2. Ruedas de negocios 2.3. Misiones comerciales
3. El plan de promoción comercial	3.1. Objetivos y estrategias del plan 3.2. ¿Cómo identificar compradores internacionales además de las ferias y misiones comerciales?
4. Publicidad y marketing 2.0 en el mercado internacional	4.1. Internet, e-commerce y redes sociales 4.2. Posicionamiento web: SEO y SEM 4.3. Marketing digital: Nuevas tecnologías
5. Ruta Exportadora para la promoción de tu producto	

VII. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

El curso virtual se desarrollará a través de videos de presentación e introductorios a las diferentes temáticas a desarrollar, recursos bibliográficos actualizados tales como; enlaces a documentos de texto, enlaces web y presentaciones digitales, así como lecturas complementarias.

El contenido del curso a través de sus lecciones es flexible y se ajusta a la disponibilidad de tiempo del usuario, accediendo al mismo en los momentos que lo requiera. Al finalizar cada módulo, el usuario encontrará un test de autoevaluación para medir los conocimientos adquiridos en cada módulo. Es recomendable que se realicen para que el usuario pueda identificar el avance formativo y logros de aprendizaje y así obtener el máximo provecho del curso.

VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es formativa y de proceso a lo largo de cada módulo. El usuario deberá demostrar la capacidad de manejo de información y conocimiento de cada tema y subtema desarrollado, a través de los test de autoevaluación.