



 **e-CAMPUS**
UNIVERSITY

MÁSTER OFICIAL

En colaboración con:  **EUROINNOVA**
BUSINESS
SCHOOL

Universidad e-Campus, en línea cerca de ti

Master Oficial Universitario en Alta Dirección en Comercio Internacional + 60 Créditos ECTS

www.euroinnova.edu.es



LLAMA GRATIS: (+34) 900 831 200



Master Oficial Universitario en Alta Dirección en Comercio Internacional + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN:
1.500 horas



MODALIDAD:
Online



PRECIO:
3.495 € *



CRÉDITOS:
60

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.

Consulta a nuestros asesores académicos las diferentes convocatorias establecidas para este curso académico.

DESCRIPCIÓN

El Master en Alta Dirección en Comercio Internacional tiene como objetivo capacitar a profesionales para poder dirigir y gestionar organizaciones empresariales internacionales o con perspectiva de entrar en el mercado internacional. A través del master, obtendrás una visión estratégica de los diferentes campos que debe conocer un buen directivo de una empresa, como Dirección, habilidades negociadoras, logística, Marketing, operaciones de financiación... Con la realización del este máster estarás preparado para liderar cualquier ámbito de la empresa, así como para emprender cualquier proyecto empresarial. Además, desarrollarás una visión global sobre la importancia del comercio internacional para cualquier negocio que desea expandirse hacia nuevos mercados.



OBJETIVOS

- Aprender a dirigir empresas desde una perspectiva global.
- Conocer aspectos fundamentales del comercio internacional.
- Analizar las distintas modalidades de financiación internacional.
- Gestionar los contratos de compraventa internacional, cumpliendo con las previsiones de la normativa internacional.
- Realizar la gestión documental y operativa de las operaciones de comercio internacional.
- Profundizar sobre las diversas consideraciones sobre el marketing internacional a través del proceso de internacionalización.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

El Master en Alta Dirección en Comercio Internacional se dirige a profesionales que quieran desarrollar su carrera profesional en la dirección y administración de empresas, ocupando puestos de responsabilidad directiva. La formación va orientada a personas que necesiten profundizar en estrategias de dirección y operativa de compraventa en el entorno del comercio internacional.

PARA QUÉ TE PREPARA

Este Master en Alta Dirección en Comercio Internacional te ofrece un completo conocimiento en administración y habilidades directivas enfocadas al comercio internacional, todo ello para desarrollar actividades directivas y de responsabilidad en empresas que internacionales o que tienen perspectiva de introducirse en nuevos mercados internacionales. Además, aprenderás a analizar los riesgos de la operación e implantar estrategias exitosas de internacionalización.

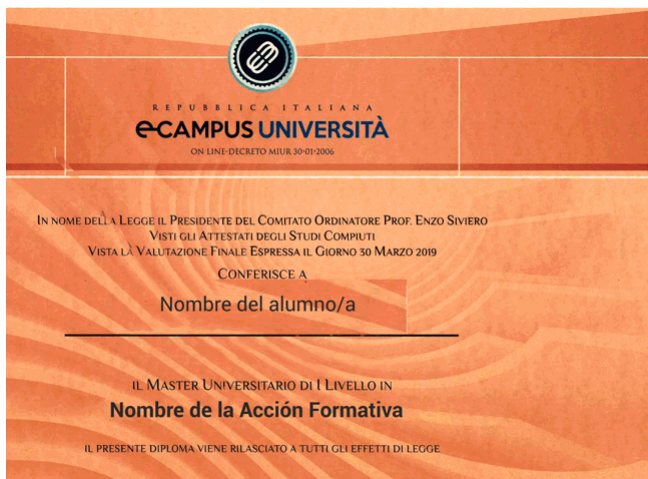
SALIDAS LABORALES

Los conocimientos de este Master en Alta Dirección en Comercio Internacional son aplicables, profesionalmente, en el área empresarial. Así, podrás desarrollar tu perfil laboral como administrador de empresas, asesor empresarial, consultor en comercio internacional, director de Operaciones, director estratégico, jefe de operaciones logísticas, gerente o emprendedor.



TITULACIÓN

Doble Titulación: - Título Oficial de Master Oficial Universitario en Alta Dirección en Comercio Internacional expedida por la Universidad e-Campus acreditado con 60 ECTS Universitarios. Su superación dará derecho a la obtención del correspondiente Título Oficial de Máster, el cual puede habilitar para la realización de la Tesis Doctoral y obtención del título de Doctor/a. - Titulación de Master en Alta Dirección en Comercio Internacional con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y CLADEA (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración)



METODOLOGÍA

Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura con nosotros a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. Las horas de teleformación realizadas en el Campus Virtual se complementan con el trabajo autónomo del alumno, la comunicación con el docente, las actividades y lecturas complementarias y la labor de investigación. El Proyecto Fin de Máster se realiza tras finalizar el contenido teórico-práctico en el Campus que será calificado con una puntuación entre 0-6 puntos. Finalmente tendrán que realizar un examen oficial de forma presencial en español de cada una de las asignaturas del máster, pudiendo realizarse en la sede de Madrid o Bogotá o en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio con la que la Universidad tiene un convenio para la realización de las evaluaciones presenciales. Actualmente estos exámenes se están realizando de forma online excepcionalmente por la situación de Covid.

TEMARIO

MÓDULO 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS BASES DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- 1.Introducción a la estrategia empresarial
- 2.Pensamiento estratégico
- 3.Aspectos esenciales de la estrategia
- 4.Los tipos de estrategias
- 5.Estrategias corporativas
- 6.Estrategias genéricas
- 7.Estrategias de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

- 1.Visión, misión y valores empresariales
- 2.Esquema del proceso estratégico
- 3.Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
- 4.Las unidades estratégicas de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

- 1.Concepto y tipología del entorno
- 2.Análisis del entorno general PEST/EL
- 3.Análisis del entorno específico
- 4.Análisis de PORTER
- 5.Grado de rivalidad existente entre los competidores
- 6.Amenaza de entrada de nuevos competidores
- 7.Amenaza de productos sustitutivos
- 8.Poder de negociación de los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

- 1.El perfil estratégico de la empresa
- 2.Análisis DAFO
- 3.Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
- 4.Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
- 5.Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
- 6.Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA PROPUESTA

- 1.Generación de opciones estratégicas
- 2.Formulación y selección de la estrategia
- 3.Criterios de elección y evaluación de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO

- 1.Puesta en marcha de la estrategia
- 2.Nuevo diseño organizativo
- 3.Disponibilidad de recursos
- 4.Control y evaluación de resultados
- 5.Inicio de ajustes correctivos
- 6.Cuadro de mando integral

MÓDULO 2. HABILIDADES DIRECTIVAS Y NEGOCIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN

- 1.El proceso de comunicación
- 2.Tipos de comunicación
- 3.Barreras de la comunicación
- 4.La comunicación efectiva
- 5.Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

- 1.Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
- 2.Tratamiento y flujo de la información en la empresa
- 3.La comunicación interna de la empresa
- 4.La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
- 5.La comunicación externa de la empresa
- 6.La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
- 7.Herramientas de comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RELACIONES INTERPERSONALES

- 1.La comunicación interpersonal
- 2.Filtros y Barreras de la Comunicación
- 3.El conflicto interpersonal

- 4. Cómo expresar críticas y tipos de escucha activa
- 5. Concepto, finalidades y modalidades de escucha activa
- 6. Obstáculos que se pueden presentar
- 7. Técnicas para mejorar esta habilidad Social

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA NEGOCIACIÓN

- 1. Estrategias de negociación
- 2. Tácticas de negociación
- 3. Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL SUJETO NEGOCIADOR

- 1. La personalidad del negociador
- 2. Habilidades del negociador
- 3. Características del sujeto negociador
- 4. Clases de negociadores
- 5. La psicología en la negociación
- 6. Causas del Estrés Laboral
- 7. Síntomas del estrés laboral
- 8. Consecuencias del Estrés Laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DIRECTIVAS

- 1. Introducción a las habilidades directivas
- 2. Liderazgo. Habilidad personal y directiva clave
- 3. Enfoques en la teoría del liderazgo
- 4. Estilos de liderazgo
- 5. El papel del líder

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS

- 1. Introducción a las habilidades sociales
- 2. Asertividad
- 3. Empatía
- 4. Escucha activa
- 5. Autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MOTIVACIÓN DEL ENTORNO LABORAL

- 1. La motivación en el entorno laboral
- 2. Teorías sobre la motivación laboral
- 3. El líder motivador
- 4. La satisfacción laboral

MÓDULO 3. TRÁFICO DEL COMERCIO Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Introducción
- 2.Recorrido histórico
- 3.Ventajas del Comercio Internacional
- 4.Operaciones del Comercio Internacional
- 5.Elementos que componen el Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Introducción
- 2.El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
- 3.El empresario social
- 4.Las sociedades en España y en el extranjero
- 5.Cooperación y concentración entre sociedades
- 6.Incidencias en el derecho comunitario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Las organizaciones internacionales
- 2.Los organismos especializados de las Naciones Unidas
- 3.Organizaciones Internacionales de ámbito regional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR

- 1.Marco normativo general del comercio exterior en España
- 2.Influencias de las disposiciones de la Unión Europea
- 3.Política comercial multilateral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

- 1.La contratación internacional
- 2.Los principios sobre los contratos internacionales
- 3.Concepto, elementos y clasificación del contrato internacional
- 4.Formación del contrato
- 5.Cumplimiento del contrato
- 6.Cláusulas contractuales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DETERMINACIÓN DEL RÉGIMEN JURÍDICO

- 1.Introducción
- 2.Ley aplicable al contrato internacional
- 3.El Convenio de Roma de 1980 y el Reglamento de Roma I
- 4.La Ley reguladora del contrato internacional al amparo del Reglamento de Roma I
- 5.Acción de las normas imperativas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMPRAVENTA INTERNACIONAL

- 1.La compraventa internacional
- 2.Libertades comunitarias: la libre circulación de mercancías
- 3.La Lex Mercatoria

- 4. La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional
- 5. Los INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BIENES INMATERIALES Y DERECHO DE LA COMPETENCIA

- 1. Propiedad industrial
- 2. Propiedad intelectual
- 3. Competencia desleal
- 4. Derecho de defensa de la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISTINTAS MODALIDADES DE CONTRATO

- 1. Contratos de intermediación comercial
- 2. El transporte internacional
- 3. Contratos de financiación
- 4. Contratos de seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 10. VÍAS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

- 1. Controversias en el ámbito del comercio internacional
- 2. Vías de jurisdicción estatal
- 3. El arbitraje internacional

MÓDULO 4. OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL COMERCIO INTERNACIONAL. PERSPECTIVA ECONÓMICA, POLÍTICA Y JURÍDICA

- 1. Ámbitos del Comercio: Comercio Interior, Exterior e Internacional
- 2. España y el comercio exterior: comercio de productos, servicios e inversiones, marco normativo, régimen de las importaciones y exportaciones, relaciones con terceros países
- 3. Magnitudes Macroeconómicas: Balanza de pagos, PIB y PNB
- 4. Organismos Internacionales
- 5. La Integración Económica Regional
- 6. La Unión Europea: Política comercial y Mercado único

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BARRERAS Y OBSTÁCULOS EN EL TRÁFICO DE MERCANCÍAS

- 1. Aranceles
- 2. Medidas cuantitativas, barreras técnicas, sanitarias y medioambientales
- 3. Medidas de lucha contra prácticas desleales: medidas antidumping, antisubvención y de salvaguardia

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUENTES DE INFORMACIÓN Y HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1. Información sobre clientes, proveedores, países de origen y destino e internacionalización
- 2. Fuentes de información en el comercio internacional: ICEX, Cámaras de Comercio, Oficinas comerciales, Asociaciones empresariales, Entidades financieras y AEAT
- 3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional
- 4. Administración de la información de comercio internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ADMINISTRACIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN EL COMERCIO

INTERNACIONAL

1. Localización y Búsqueda de clientes/proveedores internacionales
2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización
3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores
4. Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
5. Control de clientes/proveedores
6. Sistemas de alertas de nuevos clientes/proveedores
7. Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CIRCUNSTANCIAS QUE AFECTAN AL PROCESO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Obligaciones de las partes en las operaciones de compraventa internacional
2. Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional
3. Reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales. INCOTERMS
4. Interpretación práctica de cada INCOTERM
5. Ejemplo INCOTERM
6. El comercio electrónico: principales aspectos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DE OFERTAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Proceso Comercial en las operaciones de compraventa internacional
2. Oferta Internacional: información, elaboración, presentación, negociación y condiciones
3. Elementos de la tarifa de precios: producto, unidad de venta, vigencia, precio y condiciones
4. Presentación de la tarifa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ORGANIZACIÓN DE PEDIDOS Y FACTURACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Operación comercial: información y documentación
2. Orden de pedido: contenido, revisión, pedido firme y confirmación de pedido
3. Preparación de pedido. Lista de contenido
4. Factura proforma y determinación del precio de los bienes o servicios
5. Factura comercial y realización de la expedición
6. Ejemplo de factura comercial
7. Código TARIC
8. Ejemplo resuelto: Código TARIC
9. Financiación y cobertura del riesgo de las operaciones internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL CON MEDIOS INFORMÁTICOS

1. Aplicaciones generales: función y utilidades
2. Aplicaciones específicas: descripción, funciones y utilización

MÓDULO 5. GESTIÓN Y ANÁLISIS DE INVERSIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA

1. Concepto y clases de inversión
2. El ciclo de un proyecto de inversión
3. Elementos de un proyecto de inversión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ECONÓMICO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

1. Métodos de valoración económica
2. Determinación de los flujos de caja
3. Criterios financieros (VAN y TIR)
4. Selección de proyecto de inversión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RIESGO EN EL ANÁLISIS DE INVERSIONES

1. Métodos simples del tratamiento del riesgo
2. Análisis de la sensibilidad y de los distintos escenarios
3. Decisiones secuenciales: árboles de decisión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TIPOLOGÍA DE INVERSIONES

1. Inversión en activos fijos
2. Necesidades Operativas de Fondos (NOF)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COSTE DE CAPITAL

1. Coste de la deuda
2. Coste medio ponderado de capital (WACC)

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANÁLISIS DE SITUACIONES ESPECIALES

1. Alquilar o comprar
2. Proyecto de ampliación
3. Proyecto de outsourcing

MÓDULO 6. OPERACIONES DE FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMA FINANCIERO Y OPERACIONES FINANCIERAS: APROXIMACIÓN

1. El sistema financiero
2. Mercados financieros: características, tipos y operaciones
3. Los intermediarios financieros
4. Activos financieros: tipos y características
5. Unión Europea: Unión Económica y Monetaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPERACIONES Y CÁLCULO FINANCIERO

1. Equivalencia financiera de capitales: leyes financieras de capitalización y descuento
2. Capitalización simple y compuesta
3. Operaciones de cálculo: Tasa Anual Equivalente (TAE), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR)
4. Las rentas financieras: rentas constantes y rentas variables
5. Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FINANCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Instrumentos de financiación

2. Los préstamos
3. Sistema de amortización de los préstamos
4. El crédito
5. Ejercicio resuelto: cuadro de amortización de préstamo. Sistema francés

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE EXPORTACIÓN

1. Créditos de pre-financiación
2. Créditos de post-financiación: financiación del aplazamiento del pago
3. Financiación de las exportaciones facturadas y financiadas en moneda doméstica
4. Financiación de las exportaciones facturadas en moneda doméstica y financiadas en divisa
5. Financiación de las exportaciones facturadas en divisa y financiadas en moneda doméstica
6. Financiación de las exportaciones facturadas y financiadas en divisas
7. Documentación
8. Búsqueda de información sobre financiación de exportaciones: fuentes físicas e informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN

1. Financiación de las importaciones facturadas y financiadas en moneda doméstica
2. Financiación de las importaciones facturadas en moneda doméstica y financiadas en divisa
3. Financiación de las importaciones facturadas en divisa y financiadas en moneda doméstica
4. Financiación de las importaciones facturadas y financiadas en divisas
5. Documentación
6. Búsqueda de información sobre financiación de importaciones: fuentes físicas e informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. OTRAS FORMAS DE FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Factoring: modalidades, la firma del contrato de factoring, la tarifa de factoraje y el tipo de interés, partes que intervienen, operativa, plazos de cobro
2. Forfaiting: requisitos para la formalización, plazo de las operaciones, partes que intervienen, operativa, características y diferencias con factoring, coste
3. Operaciones de compensación: concepto, características, modalidades y ventajas
4. Operaciones triangulares

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL CON APOYO OFICIAL

1. Apoyo a la internacionalización
2. Apoyo a las inversiones exteriores
3. Crédito Oficial a la Exportación
4. Apoyo financiero oficial de las Administraciones autonómicas y locales
5. Cámaras de Comercio

MÓDULO 7. TRANSPORTE Y FLUJO DE MERCANCÍAS A LARGA DISTANCIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA

- 1.Particularidades del transporte internacional
- 2.Operadores específicos del transporte internacional
- 3.Marco jurídico del transporte internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPERATIVA DEL TRANSPORTE INTERMODAL

- 1.Los distintos modos de transporte y sus características : carretera, ferrocarril, marítimo, fluvial, aéreo, multimodal
- 2.Comparativa del modo de transporte en relación a su rapidez, capacidad, seguridad, coste y tipo de mercancía
- 3.Aspectos técnicos del transporte: vehículos y limitaciones
- 4.Ordinario
- 5.Especial: mercancías peligrosas (MMPP), perecederas, animales vivos, consolidación y grupaje
- 6.Criterios de selección de modos de transporte
- 7.Criterios de selección de otros medios logísticos (embalaje, almacenamiento, manipulación, despacho aduanero, seguro)
- 8.Formas de comercialización del transporte en los diversos modos
- 9.Normativas reguladoras en los distintos modos de transporte

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DE OPERACIONES DE TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA

- 1.Métodos de planificación y distribución de cargas en transporte internacional
- 2.Redes e infraestructuras de transporte a nivel europeo e internacional
- 3.Las plataformas intermodales
- 4.Planificación y selección de rutas y modo/s de transporte
- 5.Costes en las operaciones de transporte internacional
- 6.Tarifas y precios según los modos de transporte
- 7.Interpretación de los INCOTERMS en relación a la planificación de operaciones de transporte internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DOCUMENTAL BÁSICA DE OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

- 1.Documentación propia de la mercancía en exportaciones e importaciones
- 2.Documentación de transporte según el modo
- 3.Documentación de protección jurídica de la mercancía
- 4.Documentación de tránsito de las mercancías
- 5.Procedimiento administrativo aduanero

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL Y SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE INTERMODAL DE MERCANCÍAS

- 1.Seguridad de la mercancía en el transporte intermodal: Obligaciones de la empresa transportista y los agentes implicados

2. Protección física y jurídica de la mercancía
3. Preparación de la mercancía: protección física: envases y embalajes
4. Normalización, certificación y homologación de los envases y embalajes
5. Criterios de selección de embalajes según modo de transporte
6. Unidades de carga y transporte: paletización y contenerización
7. Manipulación y estiba de mercancías
8. Etiquetado y señalización de mercancías
9. Identificación electrónica de embalajes
10. Transportes de naturaleza específica: mercancías perecederas, peligrosas, animales vivos, otros
11. Aplicaciones informáticas en la distribución espacial en la carga de mercancías
12. Gestión de incidencia o siniestro en el transporte internacional e intermodal
13. Atención de siniestros: comunicación, aportación de documentación, reclamación de daños
14. Actuaciones correctoras

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES INFORMÁTICAS EN LAS OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS

1. Aplicaciones de seguimiento, registro, comunicación e información sobre recorrido y situación de la mercancía: correo electrónico, Internet, sistema de información EDI, GPS, otros
2. Alimentación y mantenimiento de bases de datos en relación al servicio de transporte internacional
3. Sistemas de información y comunicación con clientes: web, correo electrónico, fax

MÓDULO 8. MARKETING INTERNACIONAL Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING PARA COMERCIO INTERNACIONAL

1. Definición de Marketing
2. Tipología de marketing según el ámbito de aplicación
3. Función del marketing estratégico
4. Función del marketing operativo
5. Las 4 Ps del marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNACIONAL

1. Los niveles que componen la multinacional
2. Investigación y selección de mercados internacionales
3. El factor riesgo en inversiones en el extranjero
4. Operaciones de marketing en mercados segmentados
5. Estudio del entorno como factor clave en mercados internacionales
6. Fundamentos clave para la eficiencia en la empresa
7. Toma de decisiones en el marketing internacional
8. Elaboración del plan de marketing para entornos internacionales
9. Estrategia internacional en los planes de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING MIX PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. El producto orientado al mercado internacional

- 2.La distribución orientada al mercado internacional
- 3.La comunicación orientada al mercado internacional
- 4.El precio orientado al mercado internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN

- 1.Tendencias globales
- 2.El atractivo de mercado Los grupos estratégicos
- 3.La caracterización de la empresa propia
- 4.Las capacidades dinámicas
- 5.El liderazgo y otras opciones
- 6.Definición de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

- 1.El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
- 2.Análisis de la situación
- 3.Establecimiento de los objetivos del marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

- 1.El plan de acción de marketing
- 2.Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
- 3.El control del plan de marketing
- 4.Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 1.Concepto y funciones del briefing en el marketing
- 2.Determinación de los objetivos del briefing
- 3.La elección de la estructura del briefing
- 4.Cómo realizar un briefing

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS TRES PERSPECTIVAS COMPETITIVAS

- 1.Mercado y competencia
- 2.Capacidades y competencias
- 3.Value Innovation

UNIDAD DIDÁCTICA 9. APLICACIONES PRÁCTICAS DE MARKETING

- 1.Elementos de Marketing Mix
- 2.La política del producto
- 3.La política del precio
- 4.La política de promoción
- 5.La política de distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA ESTRATEGIA EN LA PRÁCTICA

- 1.El portafolio de iniciativas
- 2.Canales de venta
- 3.Los modelos organizativos
- 4.El reto logístico
- 5.Casos de éxitos y fracasos del marketing internacional

MÓDULO 9. PROYECTO FIN DE MASTER

FORMAS DE PAGO

Contrareembolso / Transferencia / Tarjeta de Crédito / Paypal

Tarjeta de Crédito / PayPal: Eligiendo esta opción de pago, podrá abonar el importe correspondiente, cómodamente en este mismo instante, a través de nuestra pasarela de pago segura concertada con Paypal

Transferencia Bancaria Eligiendo esta opción de pago, deberá abonar el importe correspondiente mediante una transferencia bancaria. No será aceptado el ingreso de cheques o similares en ninguna de nuestras cuentas bancarias.

Contrareembolso: Podrá pagar sus compras directamente al transportista cuando reciba el pedido en su casa . Eligiendo esta opción de pago, recibirá mediante mensajería postal, en la dirección facilitada

Otras: **PayU, Sofort, Western Union / SafetyPay**

Fracciona tu pago en cómodos Plazos sin Intereses + Envío Gratis



FORMAS DE PAGO:

 Tarjeta	 Contrareembolso
 Paypal	 Transferencia