

EXPERTO ONLINE EN

COMERCIO INTERNACIONAL

Entidades colaboradoras



Índice

Presentación.....	2
Programa de contenidos.....	3
Sistemas y criterios de evaluación.....	3
Contenido detallado del programa.....	3
A quién va dirigido.....	8
Motivos para elegir el Experto Online en Comercio Internacional.....	8
Salidas profesionales.....	9
Claustro docente del programa.....	9

Presentación

Los programas de Expertos Online proporcionan a los alumnos, tanto profesionales del sector como recién titulados, los conocimientos teóricos y prácticos en las áreas profesionales más demandadas de hoy en día.

Como una forma de ampliar el conocimiento y continuar creciendo; los Expertos Online impartidos por el Instituto Europeo San Francisco tienen una extensión variable, de entre dos a seis meses, según el número de créditos y horas.

Experto Online en Comercio Internacional

En la Era de la globalización, el desarrollo del comercio internacional se ha convertido en una de las máximas económicas de los diferentes sectores empresariales. Posicionarse en el mercado a nivel internacional, saber aplicar las estrategias más adecuadas para el funcionamiento y éxito de la empresa frente a otras del mismo carácter y conocer los conceptos básicos para saber de qué forma introducirse en este mercado de la mejor forma posible se han convertido en las metas básicas de la política empresarial.

Ante esto, como vemos, no se trata simplemente de lanzar la empresa al exterior: debe poseerse un conocimiento en profundidad de la situación del mercado tanto de nuestro sector como a nivel general, se deben conocer las políticas de comercio exterior, la definición legislativa geográfica y los elementos logísticos existentes en comunicación, distribución, establecimiento de precios, etc.

En este Experto Online de Comercio Internacional se atiende a todos estos conceptos, y asumiendo la importancia de que sus profesionales perfeccionen su conocimiento sobre cada uno de los factores de intervención en el mercado internacional; se ofrecen todas las herramientas necesarias para entender su funcionamiento y ejercer como especialistas del sector a través de una visión íntegra, dinámica y de mejora constante.

Programa de contenidos (575 horas, 23 ECTS, 5 meses)

1. Comercio Internacional
2. Marketing Internacional
3. Análisis de Operaciones Financieras y de Inversiones
4. Gestión del Riesgo y Fórmulas de Pago
5. Logística Internacional y Distribución Comercial

Sistemas y criterios de evaluación

La calificación final se obtendrá a partir de las notas logradas por el alumno en cada asignatura a lo largo del período lectivo. El sistema de evaluación se basará en:

- Actividades prácticas semanales.
- Participación en los foros.
- Examen de la asignatura.

Contenido detallado del programa

Comercio Internacional

Clase 1: Introducción: Organismos y fuentes de información

Introducción al comercio internacional

Organismos y fuentes de información para tomar decisiones en comercio internacional I

Organismos y fuentes de información para tomar decisiones en comercio internacional II

Clase 2: INCOTERMS 2010 y contratación internacional

Incoterms 2010 y operativa de comercio internacional I

Incoterms 2010 y operativa de comercio internacional II

Contratación internacional: principales contratos internacionales

Clase 3: Gestión aduanera del comercio internacional I

La aduana en el comercio internacional: barreras e integración económica y aduanera

El arancel de aduanas

El origen de las mercancías

- Clase 4: Gestión aduanera del comercio internacional II
 - Valor en aduana
 - Regímenes aduaneros
 - Despacho aduanero fiscalidad e IVA en el comercio internacional
- Clase 5: Transporte internacional de mercancías
 - Transporte internacional por carretera
 - Transporte internacional marítimo
 - Transporte internacional aéreo
- Clase 6: Documentación y gestión operativa del comercio internacional
 - Documentación del Comercio Internacional I
 - Documentación del Comercio Internacional II
 - Gestión operativa del comercio internacional: procedimiento de exportación e importación

Marketing Internacional

- Clase 1: El marketing internacional
 - El alcance de la estrategia del marketing internacional
 - La globalización de los mercados
 - Análisis de la industria y el sector específico
- Clase 2: Los mercados internacionales y los tratados internacionales
 - Segmentos de mercados internacionales
 - Los principales tratados internacionales en Latinoamérica
 - El proceso de internacionalización
- Clase 3: Etapas de la estrategia de internacionalización
 - Fases en una estrategia de internacionalización
 - La internacionalización de la empresa: objetivos y análisis estratégico
 - La necesidad del marketing internacional
- Clase 4: Precios y selección de los mercados internacionales
 - Estrategias para la fijación de precios de exportación
 - Investigación y selección de mercados exteriores I
 - Investigación y selección de mercados exteriores II

Clase 5: Definición y estrategias del marketing internacional

Formas de entrada en mercados exteriores

Joint Venture y alianzas estratégicas

Organización y control del marketing internacional

Clase 6: Concepto de marketing internacional

Definición de marketing internacional

El mix de marketing internacional

Planificación estratégica del marketing internacional

Análisis de Operaciones Financieras y de Inversiones

Clase 1: Los mercados financieros

El análisis financiero

Indicadores de rentabilidad. Margen de utilidad

Los mercados financieros

Clase 2: Distintos tipos de mercados y situación financiera

Mercados centralizados y otros tipos de mercados

El análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente

Indicadores de la situación financiera de la empresa

Clase 3: Análisis, estado y gestión de las finanzas

El análisis financiero y la inflación

Estado de cambios en el patrimonio neto

Gestión de las finanzas a corto plazo

Clase 4: Administración y contabilización de las cuentas

Administración de las cuentas

Contabilización y presentación de las cuentas

La inversión en activos financieros

Clase 5: El capital de la empresa

Los planes financieros a largo plazo. Los estados financieros básicos

Planificación y control financieros

El uso de los estados financieros. Decisiones de financiación de corto y largo plazo

Clase 6: Presupuestación y negociación empresarial

Etapas del proceso de presupuestación de inversiones de capital

La negociación en un mundo global

Estilos de negociación por países y sus modos de establecer acuerdos

Gestión del Riesgo y Fórmulas de Pago

Clase 1: Riesgos y medios de pago

Riesgos del comercio internacional

Los medios de pago en el comercio internacional

Riesgos y medios de pago

Clase 2: Modalidades, tipos y garantías bancarias de pagos

Introducción a los medios de pago internacionales

Tipos, modalidades y variantes de los créditos documentarios

Las garantías bancarias en operaciones de compraventa internacional

Clase 3: Sistemas internacionales de cobro y financiación empresarial

Los usos internacionales relativos a los Créditos Contingentes (ISP 98)

El origen y la función económica de las garantías independientes

Otros sistemas de cobro y financiación de la empresa internacional

Clase 4: Los estudios empresariales

Estudios cuantitativos y cualitativos

La encuesta como método en la investigación de mercados

Tratamiento y análisis de la información y tipos de encuestas

Clase 5: Cuestionario, muestreo y lanzamiento de un producto

El cuestionario como herramienta básica para la evaluación de distintas necesidades del mercado

El muestreo. El trabajo de campo

Diseño del trabajo práctico de aplicación: lanzamiento al mercado de un producto-servicio

Clase 6: La información empresarial

Medición de actitudes

Preparación de la información para el informe de investigación de mercados

La investigación comercial como apoyo al marketing

Logística Internacional y Distribución Comercial

Clase 1: La logística empresarial

Introducción a la logística

Situación actual de la logística

Logística de aprovisionamiento

Clase 2: Inventarios, envases, embalaje y tecnologías

Gestión de inventarios. Stocks, existencias e inventarios

Envase y embalaje

Tecnología y logística

Clase 3: Nuevas tecnologías en transporte y almacenamiento

Intercambio electrónico de datos

Nuevas tecnologías en el transporte de mercancías

Gestión de almacenamiento

Clase 4: La distribución empresarial

La distribución comercial I

La distribución comercial II

El distribuidor minorista, minorista, venta en menudeo o detallista

Clase 5: Concepto y fases de la distribución empresarial

Concepto de distribución física y logística

La gestión de la distribución

Estructura de la logística de distribución

Clase 6: Logística y costes de distribución

Actividades de la logística de distribución en un centro

Costes de logística de distribución

A quién va dirigido

El Experto Online en Comercio Internacional se dirige a los profesionales del sector que, conscientes de la realidad cambiante del comercio internacional, buscan perfeccionar sus conocimientos y mejorar en su actividad empresarial. De la misma forma, está dirigido a los graduados universitarios que, para poder posicionarse con mayor fuerza en el sector laboral, se sirven de este curso para completar su currículum y completar sus conocimientos empresariales.

Objetivos y competencias

1. Desarrollar conocimientos de la gestión e instrumentos más innovadores y básicos en el estudio de la actividad comercial del mercado internacional.
2. Aprender a recopilar, procesar, interpretar y aprovechar información relacionada con el comercio exterior para desarrollar estrategias competitivas y éticas de mercado internacional.
3. Desarrollar habilidades de comunicación y organización para coordinar empresas dentro de realidades económicas, sociales y judiciales diversas de acuerdo al comercio internacional.

Motivos para elegir el Experto Online en Comercio Internacional

1. Adquisición y desarrollo de habilidades profesionales: el Instituto Europeo San Francisco sabe que la calidad profesional y la educación se relacionan de forma inherente, y por eso ofrece conocimientos actualizados y novedosos que resulten útiles para el perfeccionamiento de la labor de los especialistas en el sector.
2. Mejora de la imagen del profesional: dado que se trata de un puesto con altos niveles de competitividad, EISAF ofrece una forma de completar el currículum y mejorar los conocimientos en comercio internacional para poder situarse en el mundo laboral como un profesional de calidad.

3. Combinación de práctica y teoría: si nos quedamos solo con la teoría, el aprendizaje puede resultar superficial. Por este motivo, EISAF ofrece en el curso actividades prácticas por las que poder comprobar que lo estudiado ha sido integrado y se ha convertido en un aprendizaje aplicable a la realidad.
4. Contenidos actualizados: dado que el comercio internacional es una realidad innegable y de cambios constantes, los contenidos que se ofrecen en el curso de Experto Online de Comercio Internacional están adaptados a esta realidad y, además de ofrecer al alumno contenidos actualizados, favorece a la creación de una mentalidad abierta y flexible esencial para el sector.

Salidas profesionales

Este Experto Online en Comercio Internacional te permite mejorar tus posibilidades en el acceso a puestos que incluyan actividades de asistente de importaciones y exportaciones, la gestión y el financiamiento de comercio exterior, administración de transporte, y servicio y administración de trámites fiscales de comercio exterior.

Si posteriormente el alumnado de Experto deseara cursar un MBA o Máster con el Instituto Europeo San Francisco, le serán convalidados los ECTS adquiridos con la consiguiente reducción de tiempo y costes de los mismos.

Claustro docente del programa

Adelaida Valero

Licenciada en Sociología, especialidad Mercadotecnia y Publicidad por la UA (Universidad de Alicante). Máster en Publicidad por Icade. Ha desarrollado su carrera profesional en conocidas agencias como Grupo Comunica, Targeting Link Thinkers, Grupo Ruiz Nicoli Líneas como Directora de servicios al cliente y desarrollo de negocio, o Directora de unidades de negocio, trabajando para los sectores de energéticas, gran consumos, seguros, banca, telecomunicaciones, motor, y llevando cuentas relevantes como: Coca-Cola, Red Eléctrica de España, ICO, Telefónica (Movistar), Grupo Hospitalario Vithas, Diageo, C.C.

Arturo Soria Plaza, Wilkinson, Grupo Mercedes Benz, La Once, Grupo Santander, Cirsa (Sportium), Santa Lucia Seguros, Grupo Inditex. Actualmente es Responsable de la agencia de publicidad (Publiasa) en el Grupo Vectalia.

Juan José Herranz Santiago

Máster Executive en Dirección y Administración de Empresas y Executive MBA por Cesma Escuela de Negocios. En la actualidad es director de administración y finanzas del Grupo AGA de artes gráficas, empresa líder del sector en España. Experto en productos y mercados financieros. Cuenta con amplia experiencia en mercados y productos financieros, donde ha trabajado a lo largo de 25 años en las Tesorerías del Grupo BBVA, Deutsche Bank, Banco Santander de Negocios y BNP. Es profesor de mercados y productos financieros en Cesma Escuela de Negocios, BAI Escuela de Formación, Universidad de Salamanca Online, ESERP y Executive Forum desde hace doce años. Además imparte otros cursos como gestión del cobro y el pago, financiación empresarial, análisis de inversiones y finanzas para no financieros.

Cristina García García

Licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid (Colegio Universitario San Pablo-CEU) y con formación postuniversitaria en Transporte y en Comercio Internacional impartida por la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Se dedica profesionalmente a la consultoría en materias jurídicas, económicas y administrativas relacionadas con el comercio internacional, el transporte y la logística, contando con una amplia experiencia docente tanto presencial (Centro de Estudios Garrigues, Universidad Politécnica de Valencia, ESDEN Business School, CEOE, así como formación In Company) y también en enseñanza Online (Instituto Europeo de Posgrado y European Open Business School).

Alfonso Cabrera Cánovas

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Murcia. Desde 1996 ejerce como profesor de organización y gestión comercial

en formación profesional de Grado Superior (Comercio Internacional). Docente con más de 20 años de experiencia en formación en Comercio Internacional en las áreas de transporte internacional, gestión operativa y contratación internacional, incoterms y gestión aduanera. Ha impartido numerosos cursos y seminarios (In Company, presenciales, Online) a empresarios y profesionales en la Asociación para el Desarrollo de la Logística, Iniciativas Empresariales, IEBS (Innovation & Entrepreneurship Business School), Grupo IOE, Cámaras de Comercio (Murcia, Lorca), IEP y otras instituciones (Universidad Carlos III de Madrid). Ha publicado numerosos manuales sobre comercio internacional, transporte, incoterms y gestión aduanera.

José Ramón Sánchez Galán

Doctor en Finanzas y Doctor en Periodismo, ambos por la Universidad Complutense de Madrid. Analista financiero, bursátil, gestor de carteras con derivados financieros y responsable de Aideia Multigestión, Formación, Análisis e Investigación Económica y Periodística. Analista financiero en Renta4 SVB, profesor en la Universidad San Pablo CEU, Universidad Camilo José Cela, Universidad Pontificia Comillas (ICADE). Profesor de Máster en la Universidad Complutense de Madrid, EAE Business School y ESERP Business School, tanto en inglés como en español, presencial y Online. Colaborador en varios medios de comunicación y webs como analista y autor de libros y publicaciones de su especialidad.

**CUANDO LA EDUCACIÓN
NO TIENE FRONTERAS,
EL ÉXITO TAMPOCO.**

EISAF

Business School

**¡IMPULSA TU CARRERA!
RESERVA TU PLAZA YA.**

EISAF
Business School

C/ Valentín Beato 24

Madrid, España

admisiones@eisaf.es

+34 911703562

www.esiaf.es