



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Internacionalización de Empresas + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster en Internacionalización de Empresas + Titulación Universitaria

duración total: 1.500 horas

horas teleformación: 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

En un contexto empresarial cada vez más globalizado, la habilidad para navegar con éxito en los mercados internacionales se ha convertido en un activo imprescindible. El Master en Internacionalización de Empresas está diseñado para capacitar profesionales en el análisis riguroso de mercados, derecho y comercio exterior, así como en la planificación estratégica del marketing internacional. Ofreciendo una visión integral y práctica de todo el proceso de internacionalización, este curso explora desde el diseño de políticas de marketing hasta la gestión de operaciones de comercio internacional y financiación. Al finalizar, los participantes estarán equipados con conocimientos clave para elaborar informes de marketing, manejar riesgos y medios de cobertura, y ejecutar transacciones eficientes y seguras. Argumentos que distinguen nuestra oferta incluyen un enfoque contemporáneo e interdisciplinario que se refleja en nuestro temario y un formato online flexible que permite a los estudiantes avanzar a su propio ritmo. Decantarse por este máster significa elegir un programa que no solo responde a las exigencias actuales sino que también prepara para los retos futuros del comercio internacional.



+ Información Gratis

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Dominar análisis de mercados globales.
- Aplicar derecho int. y comercio exterior.
- Crear planes de marketing global.
- Estrategias para marketing int.
- Redacción de informes de marketing.
- Gestionar riesgos en comercio int.
- Operar compraventas internacionales.
- Expertizar en negociación global.
- Manejar medios de pago int.
- Competir en licitaciones globales.
- Financiar operaciones int.

para qué te prepara

Este Master en Internacionalización de Empresas te prepara para analizar mercados globales y diseñar estrategias efectivas de comercio exterior. Aprenderás a manejar el derecho internacional, planificar y ejecutar planes de marketing internacional y desarrollar informes detallados de marketing. Te convertirás en un experto en la gestión del proceso de internacionalización de empresas, evaluación de riesgos y cobertura en operaciones de comercio. Manejarás negociaciones de compraventa internacional, medios de pago y licitaciones internacionales, además de la gestión de financiación en el ámbito global.

salidas laborales

El Master en Internacionalización de Empresas abre un abanico de salidas laborales: desde analista de mercados globales y especialista en comercio exterior, hasta responsable de planes de marketing internacional. Estarás capacitado para dirigir proyectos de internacionalización, negociar compraventas y gestionar operaciones financieras a nivel global, todo basado en un profundo conocimiento de las dinámicas de comercio y las estrategias de marketing global. Asume roles clave en licitaciones internacionales y conviértete en un experto en análisis de riesgos y medios de cobertura en operaciones internacionales.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General


MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Análisis de Riesgos y Medios de Cobertura en las Operaciones de Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Gestión de las Operaciones de Financiación Internacional'
- Manual teórico 'Licitaciones Internacionales'
- Manual teórico 'Medios de Pago Internacionales'
- Manual teórico 'Negociación y Contratación Internacional'
- Manual teórico 'Plan e Informes de Marketing Internacional'
- Manual teórico 'Políticas de Marketing Internacional'
- Manual teórico 'Entorno e Información de Mercados'
- Manual teórico 'Marketing Internacional'
- Manual teórico 'Información y Gestión Operativa de la Compraventa Internacional'
- Manual teórico 'Derecho Internacional y Comercio Exterior'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. EXPERTO EN SISTEMAS DE ANÁLISIS DE MERCADO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (SIM)

1. Definición y funciones del SIM
2. Componentes del SIM
3. Diferencias entre el SIM y la investigación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL MARKETING

1. El entorno macroeconómico
2. El entorno demográfico
3. El entorno cultural
4. El entorno político
5. El entorno legal
6. El entorno tecnológico
7. El entorno medioambiental

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL MARKETING

1. El mercado
2. Componentes del microentorno

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SELECCIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

1. Tipología de la información de mercados
2. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa
3. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa
4. Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales
5. Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS

1. Aplicaciones informáticas para la gestión y archivo de la información de mercados
2. Bases de datos
3. Utilización de soportes informáticos para el almacenamiento de datos

PARTE 2. DERECHO INTERNACIONAL Y COMERCIO EXTERIOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELEMENTOS E HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. ¿Qué es el Comercio Internacional?
2. Historia del Comercio Internacional
3. Beneficios del Comercio Internacional para las organizaciones
4. Importaciones y exportaciones
5. Actores del Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPONENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Tipos de empresas en Comercio Internacional
2. El empresario individual: características y actividad
3. El empresario social: tipos y actividad
4. Las sociedades en el ámbito del Comercio Internacional
5. Funcionamiento y colaboración de sociedades internacionales
6. Sociedades en la Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PÚBLICAS Y PRIVADAS

1. Concepto y gestión de los organismos internacionales
2. Naciones Unidas, OMC y otros organismos de gestión del Comercio Internacional

+ Información Gratis

3. Entidades internacionales para la cooperación económica

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REGULACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN ESPAÑA

1. Aranceles, aduanas, importación y exportación en España
2. Normativa de la Unión Europea influyente en el Comercio Internacional en España
3. Marco de la política comercial multilateral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CONTRATO EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Concepto, factores y riesgo de la contratación internacional
2. Convenios y principios de la contratación internacional
3. Componentes y tipos de contrato internacional
4. Etapas del contrato internacional
5. Incumplimiento y tiempos del contrato
6. Tipos de cláusulas en la contratación internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción al derecho internacional privado
2. Encuadre del Comercio Internacional en la legislación estatal
3. Desarrollo legal del Convenio de Roma de 1980 y del Reglamento de Roma I
4. Régimen jurídico del Reglamento de Roma I
5. Normas imperativas para el Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

1. Concepto y modalidades de compraventa internacional
2. Libertad de comercio en la Unión Europea
3. UNCITRAL y regulación de la Lex Mercatoria
4. La compraventa internacional según la Convención de Viena de 1980
5. Concepto, tipos y aplicación práctica de INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MÉTODOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Tipos de resolución de conflictos del Comercio Internacional
2. Resolución del conflicto a través de la jurisdicción estatal
3. El arbitraje como mecanismo para resolución de conflictos en Comercio Internacional
4. Intervención judicial en los procesos de arbitraje

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MÉTODOS DE FINANCIACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Funcionamiento y estructura del mercado de divisas
2. Créditos para exportaciones e importaciones
3. Elección de divisas para la financiación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APOYO FINANCIERO PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Organismos públicos de financiación
2. Tipos de desgravaciones por operaciones internacionales
3. Áreas con regímenes fiscales especiales

PARTE 3. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DEL PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

1. Concepto de Marketing
2. El Marketing en la Empresa
3. Marketing estratégico
4. Marketing operativo
5. Marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING EN EL COMERCIO INTERNACIONAL (I)

1. La organización de la empresa multinacional
2. Investigación comercial en el ámbito internacional
3. El riesgo de realizar inversiones en países extranjeros

- 4.El marketing segmentado
- 5.Factores incontrolables. Los entornos
- 6.Características de la empresa internacional con éxito
- 7.Misión del Marketing internacional
- 8.Elementos de plan de marketing internacional
- 9.Estrategias de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MARKETING INTERNACIONAL (II)

- 1.Política internacional de producto
- 2.Política internacional de distribución
- 3.Política internacional de comunicación
- 4.Política internacional de precio

PARTE 4. EXPERTO EN POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL: DISEÑO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 1.La decisión de internacionalización de la empresa
- 2.Etapas del proceso de internacionalización
- 3.Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.Atributos del producto
- 2.El ciclo de vida del producto
- 3.Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales
- 4.La cartera de productos internacionales
- 5.La marca
- 6.La política de producto en los mercados online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.Análisis de la variable precio como instrumento del marketing internacional
- 2.Estandarización/adaptación de precios internacionales
- 3.Factores que influyen en la determinación de precios internacionales
- 4.Análisis de rentabilidad
- 5.Estrategias de precios
- 6.Cotización de precios internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

- 1.La comunicación en el marketing: concepto y funciones
- 2.La publicidad
- 3.La promoción de ventas
- 4.Las relaciones públicas
- 5.Otras herramientas de la política de comunicación
- 6.Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación
- 7.Las ferias internacionales y las misiones comerciales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.Canales de distribución
- 2.Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales
- 3.Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta
- 4.Las relaciones internas del canal
- 5.Fórmulas de entrada en los mercados internacionales
- 6.Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales
- 7.Internet como canal de distribución internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CÁLCULO DE VALORES Y TENDENCIAS DE MERCADO

- 1.Herramientas para el cálculo de valores estadísticos
- 2.Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos
- 3.Hojas de cálculo

PARTE 5. EXPERTO EN ELABORACIÓN DE INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
- 2.Análisis de la situación
- 3.Diagnóstico: análisis DAFO
- 4.Establecimiento de los objetivos de marketing
- 5.Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. 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 de briefing
- 3.La elección de la estructura del briefing
- 4.Como realizar un briefing
- 5.La presentación del briefing

PARTE 6. EXPERTO EN ANÁLISIS DE RIESGOS Y MEDIOS DE COBERTURA EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL MERCADO DE DIVISAS

- 1.Concepto y función del mercado de divisas
- 2.Funcionamiento del mercado de divisas y operaciones más comunes
- 3.Oferta.
- 4.Demanda
- 5.Referencias normativas sobre operaciones de compraventa de divisas y transacciones con el exterior.
- 6.El tipo de cambio: Sistemas de fijación. Factores determinantes. Variaciones. Operaciones al contado. Operaciones a plazo
- 7.El tipo de interés de la divisa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL RIESGO DE CAMBIO E INTERÉS EN OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU COBERTURA

- 1.El riesgo de cambio
- 2.El Seguro de cambio: Concepto y características. Formación de los cambios. Coste o rendimiento del seguro de cambio.
- 3.Opciones sobre divisas: Concepto, características y aplicaciones.
- 4.Clases de opciones: Determinación del precio de una opción
- 5.Futuros sobre divisas: Concepto, características y funcionamiento
- 6.Otros instrumentos de cobertura: Cuentas en divisas. Otros

7.El riesgo de interés. Cobertura: Futuros en tipos de interés. Swaps de tipos de interés. Otros elementos de cobertura: Caps, Floors, etc

8.Utilización de herramientas informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos de cambio e interés

9.Búsqueda de información: Internet

10.Aplicaciones informáticas sobre operaciones con divisas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OTROS RIESGOS EN OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU COBERTURA

1.Tipos de riesgo: Riesgo comercial. Riesgo político. Riesgo extraordinario. Otros riesgos.

2.Seguro de crédito a la exportación: Concepto y características generales. Riesgos susceptibles de cobertura

3.Contratación del seguro: sujetos que intervienen y obligaciones de las partes

4.Compañías que operan en el mercado del Seguro de Crédito a la exportación: CESCE. Otras compañías

5.Modalidades de las pólizas y coberturas.

6.Normativa aplicable: normativa general de la actividad aseguradora. Normativa del seguro de crédito a la exportación

7.Factoring como instrumento de cobertura de riesgos:

8.Características y funcionamiento

9.Tipos de riesgos que cubre el factoring internacional

10.Diferencias con el seguro de crédito a la exportación

11.Forfaiting como instrumento de cobertura de riesgos

12.Características y funcionamiento

13.Tipos de riesgos que cubre el forfaiting internacional

14.Diferencias con el factoring

15.Aplicaciones informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos

PARTE 7. INFORMACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO, POLÍTICO Y JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1.Comercio interior, exterior e internacional

2.El sector exterior español

3.Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas

4.Organismos Internacionales

5.La integración económica regional. Principales bloques económicos

6.La Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BARRERAS Y OBSTÁCULOS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES INTERNACIONALES

1.Barreras arancelarias

2.Barreras no arancelarias

3.Medidas de defensa comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1.Información de comercio internacional:

2.Canales y fuentes de información en el comercio internacional:

3.Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional

4.Gestión de la información de comercio internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN 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.Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores

7.Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONDICIONES DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

- 1.Operaciones de compraventa internacional
- 2.Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional
- 3.Condiciones de entrega en el comercio internacional (INCOTERMS)
- 4.Interpretación práctica de cada INCOTERM

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DE OFERTAS EN COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional
- 2.Oferta internacional
- 3.Elementos de la tarifa de precios
- 4.Presentación de la tarifa

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

- 1.Proceso documental de la operación comercial
- 2.Orden de pedido
- 3.Preparación del pedido. Lista de contenido
- 4.Factura proforma
- 5.Factura comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

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

PARTE 8. EXPERTO EN NEGOCIACIÓN EN LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Preparación de la negociación internacional
- 2.Desarrollo de la negociación internacional
- 3.Técnicas de la negociación internacional
- 4.Consolidación de la negociación internacional
- 5.Estilos de negociación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

- 1.Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales
- 2.Tipos de comunicación
- 3.Actitudes y técnicas en la comunicación
- 4.La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes
- 5.La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales
- 6.La comunicación escrita en el comercio internacional
- 7.Relaciones públicas en el comercio internacional
- 8.Internet como instrumento de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

- 1.Regulación de la compraventa internacional
- 2.Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París
- 3.El contrato de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS CONTRATOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

- 1.Intermediación comercial internacional
- 2.Contrato de agencia
- 3.Contrato de distribución
- 4.Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior
- 5.Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Contrato de transferencia tecnológica
2. Contrato de Joint Venture
3. Contrato de franquicia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL

1. Vías de prevención y resolución de conflictos derivados del contrato
2. Principales organismos arbitrales
3. El procedimiento arbitral internacional

PARTE 9. EXPERTO EN MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FACTORES ECONÓMICOS Y LEGALES DE LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN OPERACIONES COMERCIALES

1. Obligaciones de las partes en la compraventa internacional
2. Condiciones de pago
3. Relación entre forma de pago y condiciones de entrega de la mercancía (INCOTERMS)
4. Regulación de los medios de pago internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LOS DOCUMENTOS E INTERVENCIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS

1. El papel de los bancos en los medios de cobro y pago
2. Tipos de documentos: emisión, cumplimentación y legalización en su caso
3. Diferentes funciones y compromisos de las entidades según medio de pago
4. Gestión de la documentación para el cobro/pago con clientes/proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SELECCIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO INTERNACIONAL

1. Factores a considerar en la elección:
2. Motivos de la elección

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO

1. Clasificación
2. Cheque bancario
3. Orden de pago simple
4. Orden de pago documentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA REMESA EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA INTERNACIONALES

1. Concepto
2. Remesa simple
3. Remesa documentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CRÉDITO DOCUMENTARIO EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Concepto e importancia del crédito documentario
2. PARTES QUE INTERVIENEN
3. Principales tipos de crédito documentario:
4. La carta de crédito
5. Operativa del crédito documentario. Esquema de funcionamiento
6. Potenciales riesgos del crédito documentario
7. Ventajas
8. Inconvenientes
9. Coste
10. Relación entrega de la mercancía-pago
11. Las fechas en los créditos documentarios
12. Documentación requerida por la entidad financiera
13. Normativa. Reglas y Usos Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. AVALES Y GARANTÍAS EN OPERACIONES DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Garantías bancarias: Concepto

2. Clasificación atendiendo a su objeto
3. Clasificación atendiendo a la naturaleza de compromiso del garante
4. Reglas Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 8. UTILIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO

1. Legislación sobre comercio electrónico
2. Tipos de pagos y cobros en internet
3. Sistemas de intercambio de datos en las operaciones internacionales

PARTE 10. EXPERTO EN LICITACIONES INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCURSOS Y PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Organismos Multilaterales e Instituciones Financieras Multilaterales
2. Tipos de licitaciones
3. Principios de la licitación pública internacional
4. Beneficios de la participación en licitaciones
5. Licitaciones para contratos de
6. Relación jurídica entre licitador, entidad financiera y organismo financiador
7. Fuentes de información sobre licitaciones internacionales
8. Garantías exigidas en los procesos de licitación y ejecución de los proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Detección y localización de licitaciones de interés
2. Valoración de la licitación
3. Estrategia de preparación de la propuesta
4. Estudio de viabilidad de la propuesta técnica y la propuesta financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE OFERTAS A PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Pliego de condiciones: documentación y requisitos habituales
2. Preparación de la documentación del concurso
3. Seguimiento de las ofertas consolidadas

PARTE 11. EXPERTO EN GESTIÓN DE OPERACIONES DE FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASPECTOS BÁSICOS DEL SISTEMA FINANCIERO Y DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS

1. Definición y funciones del sistema financiero
2. Los mercados financieros
3. Los activos financieros
4. Análisis de la Unión Económica y Monetaria de la Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPERACIONES Y CÁLCULO FINANCIERO

1. Equivalencia financiera de capitales: leyes financieras de capitalización y descuento
2. Capitalización simple y capitalización compuesta
3. Cálculo de: Tasa Anual Equivalente (TAE), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR)
4. Rentas financieras: concepto, elementos que intervienen, valor actual y valor final de aplicación
5. Aplicaciones informáticas de gestión financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INSTRUMENTOS DE FINANCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Tipos de Instrumentos: diferencias y similitudes
2. Sistemas de amortización de los préstamos
3. Crédito

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
2. Forfaiting
3. Operaciones de compensación
4. Financiación de operaciones triangulares

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

1. Programas de apoyo a la internacionalización
2. Programas de apoyo a las inversiones exteriores
3. El Crédito Oficial a la Exportación
4. Apoyo financiero oficial de las Administraciones autonómicas y locales
5. Cámaras de Comercio: Plan Cameral. Comités de cooperación empresarial