



**INESEM**  
Instituto Europeo de  
Estudios Empresariales

## ***Master en Comercio Internacional***

**+ Información Gratis**

**Titulación Oficial avalada por la Administración Pública**

# Master en Comercio Internacional

**Duración:** 600 horas

**Precio:** 0 € \*

**Modalidad:** Online

\* 100 % bonificable para trabajadores.

## Descripción

Hoy en día la globalización carecería de sentido sin los mercados internacionales, los cuales están transformando las empresas, no solamente en su estrategia de ventas, marketing, posicionamiento de producto-servicio-marca-empresa y mercado, sino que afecta a todos los eslabones de la producción y, en suma, al total de la gestión de la cadena de suministro, desde la recepción y acopio de materia primas hasta que el producto final está a disposición de los mercados y clientes exteriores. Todo ello obliga a la sociedad actual a contar con profesionales, directivos y líderes que tengan una profunda preparación de todas las variables que afectan a las empresas cuando acuden a los mercados internacionales; herramientas disponibles para técnicas y e nuestras fronteras.



## *A quién va dirigido*

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

## *Objetivos*

- Dotar de la visión, los conocimientos y habilidades necesarias para dirigir y gestionar los negocios en mercados internacionales, organizando las operaciones asociadas a los mismos.
- Desarrollar una visión global de cómo dirigir una empresa internacional.
- Analizar las diferentes áreas de negocio que afectan directa y globalmente al comercio internacional.
- Dotar de las herramientas prácticas para llevar a cabo labores de dirección relacionadas con el comercio y las inversiones internacionales.

## *Para que te prepara*

Este Máster proporciona a los alumnos una sólida formación en todos los aspectos técnicos, herramientas y habilidades necesarios para abordar con éxito los principales aspectos en el proceso de estudio, selección y aplicación de estrategias empresariales relacionadas con las actividades de Comercio Internacional.

## *Salidas laborales*

Consultoras, Comercio Exterior, Marketing, Logística.

## 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/master, 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, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y Fondo Social Europeo).



## Forma de subvención

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

## Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. También se adjunta en CDROM una guía de ayuda para utilizar el campus online.

La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

## Materiales didácticos

- Manual teórico 'Comercio y Contratación Internacional'
- Manual teórico 'Tributación y Financiación Internacional'
- Manual teórico 'Marketing, Comercio Electrónico y Calidad Internacional'
- Manual teórico 'Logística Comercial Internacional Vol.1'
- Manual teórico 'Logística Comercial Internacional Vol. 2'



## Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. 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 con rapidez.

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



## ***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.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada.

## ***Campus virtual online***

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

## ***Club de alumnos***

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.

## Programa formativo

### PARTE 1. COMERCIO INTERNACIONAL

#### TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

Introducción

Recorrido histórico

Ventajas del Comercio Internacional

Operaciones del Comercio Internacional

Elementos que componen el Comercio Internacional

#### TEMA 2. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España

El empresario social

Las sociedades en España y en el Extranjero

Cooperación y concentración entre sociedades

Incidencias en el derecho comunitario

#### TEMA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Las organizaciones Internacionales

Los organismos especializados de las Naciones Unidas

Organizaciones Internacionales de ámbito regional

#### TEMA 4. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR

Marco normativo general del comercio exterior en España

Influencias de las disposiciones de la Unión Europea

Política comercial multilateral

### PARTE 2 LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

#### TEMA 1. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

La contratación Internacional

Los principios sobre los contratos Internacionales

Concepto, elementos y clasificación del contrato internacional

Formación del contrato

Cumplimiento del contrato

Cláusulas contractuales

#### TEMA 2. DETERMINACIÓN DEL RÉGIMEN JURÍDICO

Ley aplicable al contrato Internacional

El convenio de Roma de 1980 y el Reglamento de Roma I

La Ley reguladora del contrato internacional al amparo del Reglamento de Roma I

Acción de las normas imprevistas

#### TEMA 3. COMPRAVENTA INTERNACIONAL

La compraventa internacional

Libertades comunitarias: la libre circulación de mercancías

La Lex Mercatoria

La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional

Los INCOTERMS

#### TEMA 4. BIENES INMATERIALES Y DERECHO DE LA COMPETENCIA

Propiedad industrial

Propiedad intelectual

Competencia desleal

Derecho de defensa de la competencia

#### TEMA 5. DISTINTAS MODALIDADES DE CONTRATO

Contratos de intermediación comercial

El transporte internacional

Contratos de financiación

Contratos de seguros

## **TEMA 6. LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES**

Introducción

Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago

El cheque

Transferencias bancarias

Orden de pago documentaria

Créditos documentarios

Remesa documentaria

## **TEMA 7. VÍAS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS**

Controversias en el ámbito del comercio internacional

Vías de jurisdicción estatal

El arbitraje internacional

Compatibilidad entre arbitraje y la vía judicial

## **PARTE 3. TRIBUTACIÓN INTERNACIONAL**

### **TEMA 1. EL IVA**

### **TEMA 2. LA DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL**

### **TEMA 3. RENTA DE ADUANAS**

## **PARTE 4. FINANCIACIÓN INTERNACIONAL**

### **TEMA 1. Los medios de pago Internacionales**

Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago

El cheque

Transferencias bancarias

Orden de pago documentaria

Créditos documentarios

Remesa documentaria

### **TEMA 2. Modalidades de Crédito**

Introducción

Moneda de financiación

Financiación de la exportación

Cobertura del riesgo de cambio

Riesgo de cambio

Riesgo de impago en las ventas internacionales

### **TEMA 3. FINANCIACIÓN DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR**

Ayudas oficiales a exportación

Impuestos que gravan el comercio exterior

Zonas con tratamiento fiscal especial

Operaciones especiales: compensación y triangular

## **PARTE 5. MARKETING INTERNACIONAL**

### **TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING**

Definiciones posibles.

Enfoques empresariales.

Marketing-mix.

Factores que influyen en el marketing.

### **TEMA 2. TEORÍA DEL MARKETING**

El papel del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial.

Definición y delimitación del mercado relevante.

El análisis del comportamiento de compra de los consumidores y de las organizaciones.

La segmentación del mercado.

El atractivo del mercado y de los segmentos: análisis de la demanda y de la estructura competitiva.

La investigación de mercados y el marketing.  
Las decisiones sobre productos.  
Las decisiones sobre distribución.  
Las decisiones sobre precios.  
Las decisiones sobre comunicación.  
El diseño, ejecución y control del plan de marketing.

### **TEMA 3. EL MARKETING INTERNACIONAL (I)**

La organización de la empresa multinacional  
Investigación comercial en el ámbito internacional  
El riesgo de realizar inversiones en países extranjeros  
El marketing segmentado  
Factores incontrolables. Los entornos  
Características de la empresa internacional con éxito  
Misión de marketing internacional  
Elementos de plan de marketing internacional

### **TEMA 4. EL MARKETING INTERNACIONAL (II)**

Política internacional de producto  
Política internacional de distribución  
Política internacional de comunicación

## **PARTE 6. COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA EMPRESA (E-COMMERCE)**

### **TEMA 1. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS**

Introducción  
Objetivos  
Ejemplo  
Definición de comercio electrónico  
Principales usos del comercio electrónico  
Participantes en el comercio electrónico  
Tipos de comercio electrónico  
Grupos de compra

### **TEMA 2. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

Ventajas para las empresas  
Ventajas para los consumidores  
Ejemplo de compra comparativa  
Inconvenientes para las empresas  
Inconvenientes para los consumidores

### **TEMA 3. IMPLANTACIÓN DE UNA ACTIVIDAD DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

Actividades comerciales en Internet  
Tipos de páginas WEB  
Componentes básicos de la página WEB  
Fases de implantación de una página WEB

### **TEMA 4. LA DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA EN INTERNET**

Aspectos a tener en cuenta para la distribución logística

### **TEMA 5. LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

Ley orgánica de protección de datos  
Normativa aplicable al comercio electrónico  
Condiciones de entrega del producto  
Sustitución del producto  
Devolución del producto

### **TEMA 6. SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

Seguridad en Internet  
Cómo conseguir un antivirus

Utilizando una firma digital  
Utilizando el certificado digital  
Instalación de un certificado digital

#### **TEMA 7. PAGO SEGURO EN INTERNET**

Modalidades de Pago en Internet  
Implantar un modelo de pago

### **PARTE 7. LOGÍSTICA COMERCIAL**

## **MODULO 1. LOGÍSTICA**

### **TEMA 1. LOGÍSTICA EN LA EMPRESA**

El origen  
Definición  
Servicios logísticos a la empresa  
Tipos de Logística  
Clasificación de almacenes en función de la calidad logística  
Operaciones en el almacén

### **TEMA 2. EL APROVISIONAMIENTO. CONCEPTO Y ESTRATEGIAS**

Logística de aprovisionamiento  
El proceso de aprovisionamiento  
Métodos de aprovisionamiento

### **TEMA 3. CONOCIMIENTO GENERAL DE LA MERCANCÍA**

Características  
Envasados usuales  
Selección, clasificación y manipulación para no deterioro de las mercancía

### **TEMA 4. RECEPCIÓN DE LA MERCANCÍA**

Recepción de la mercancía  
Etiquetado e identificación propias del almacenamiento  
Tratamiento por rotura o deficiencia de las mercancías

### **TEMA 5. ORGANIZACIÓN DEL ALMACÉN**

Función de almacenaje  
Métodos de asignación de zonas de almacenaje  
Separación o clasificación de los paquetes  
Almacenamiento de productos

### **TEMA 6. PREPARACIÓN DE LAS MERCANCÍAS PARA SU SALIDA**

Introducción  
Salida de las mercancías.  
El muelle de carga

### **TEMA 7. LA CARGA DEL VEHÍCULO**

Introducción  
Métodos de carga en los muelles  
La carga del vehículo  
Precintado del vehículo

### **TEMA 8. MANTENIMIENTO BÁSICO DEL ALMACÉN**

Introducción  
Productos utilizados para la limpieza y desinfección del almacén  
Limpieza y desinfección del almacén  
Limpieza y desinfección de equipos y maquinaria utilizados

## **MÓDULO 2. GESTIÓN DE STOCK**

### **TEMA 9. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE INVENTARIO**

Planteamiento del problema  
Descripción de la gestión de Inventario

Finalidad de los inventarios

### **TEMA 10. INFLUENCIA DE LOS MÉTODOS DE PREVISIÓN EN LA GESTIÓN DE INVENTARIOS**

Planteamiento del problema

Metodologías de Box-Jenkins y redes neuronales artificiales

### **TEMA 11. MODELOS DE OPTIMIZACIÓN DE GESTIÓN DE INVENTARIOS**

Características del problema general de gestión de inventarios

Modelos estáticos de lote económico (EOQ) con revisión continua

Una aplicación: planificación del requerimiento de materiales (MRP)

### **TEMA 12. MODELOS DE GESTIÓN DE INVENTARIOS EN CADENAS DE ABASTECIMIENTO**

Introducción

Modelos de aleatoriedad de la demanda

Modelos de Aleatoriedad de los Tiempos de reposición

Modelos de Políticas de Inventarios

Modelos Integrados de Gestión

### **TEMA 13. MODELOS DETERMINISTAS EN GESTIÓN DE INVENTARIOS**

Introducción

Tipos de stocks

Conceptos básicos

Características de la Demanda

Tipos de Costes

Períodos de Entrega y de Reaprovisionamiento

Políticas de Gestión de Inventarios y Métodos de Reaprovisionamiento

Método de reaprovisionamiento

El Modelo de EOQ básico o modelo de Harris-Wilson

Gestión de stocks y economías de escala

El modelo EOQ con descuentos por volumen de compras

El modelo EOQ de entrada continua

El modelo EOQ con ruptura de stocks

Heurística silver-meal para demandas variables

### **TEMA 14. MODELO DE WILSON Y ABC**

Modelo de Wilson

Sistema ABC

### **TEMA 15. COSTE, CONTROL Y GESTIÓN INTEGRADA DE INVENTARIOS**

Idea global y presentación

Costos de inventarios

Control de inventarios

Gestión integrada de inventarios

### **TEMA 16. PLANIFICACIÓN Y SIMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE REAPROVISIONAMIENTO**

Planificación del reaprovisionamiento

Simulación dinámica de estrategias de reaprovisionamiento

## **PARTE 8. NORMAS DE CALIDAD INTERNACIONAL**

### **TEMA 1. FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD**

Conceptos generales

Definiciones de Calidad

Evolución de la calidad

Cuánta calidad ofrecer

Costes de calidad

Qué es un sistema de gestión de la calidad. Historia

Ocho principios de la gestión de calidad

Beneficios de un sistema de gestión de calidad

Círculos de control de calidad

## **TEMA 2. IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN**

Introducción

Contenido de la UNE-EN ISO 9001:2008

Ciclo de calidad para una empresa productora de bienes

Ciclo de Calidad para una empresa productora de servicios

Pasos para integrar a los colaboradores del sistema de gestión de la calidad en la empresa

Factores clave para llevar a cabo una buena gestión de la calidad.

Casos prácticos de gestión de la calidad

## **TEMA 3. LA CALIDAD TOTAL**

Evolución del término calidad a la calidad total

La Calidad Total (TQM)

Los grandes modelos de Calidad Total

Calidad Total, EFQM, ISO 9000 ¿Diferencias y similitudes?

Aparición del modelo europeo

## **TEMA 4. EL MODELO EFQM**

Estructura del modelo EFQM

Principios fundamentales de la excelencia