

# Máster en Dirección de Comercio Internacional



# Máster en Dirección de Comercio Internacional

## Objetivos

- Conocer los elementos necesarios que intervienen en todas las transacciones de comercio internacional: procedimientos aduaneros, medios de cobro y pago, logística internacional, economía internacional, estudios de mercado, análisis de balances, medios de transporte internacional, promoción exterior, negociación internacional y sus técnicas, etc.
- Alcanzar una formación práctica que permitirá poner en marcha los conocimientos adquiridos nada más terminar las acciones formativas. Aprender a hacer los procesos de importación y exportación de mercancías, prestaciones de servicios, la dirección comercial y la estrategia de marketing, etc.
- Convertirse en verdaderos especialistas en comercio internacional capaces de ocupar puestos relevantes en las empresas, conseguir que éstas salgan al exterior para realizar operaciones comerciales e incluso crear su propia compañía.

## Dirigido a

- Profesionales que deseen profundizar y especializarse en la Dirección de Comercio Internacional.
- Licenciados que deseen incorporarse al sector profesional de las empresas internacionalizadas.
- Empresarios que deseen adquirir conocimientos para la internacionalización de su empresa.
- Licenciados en Dirección y Administración de Empresas, Economía, Derecho, Sociología, Filología, Ingeniería y egresados de cualquier otra licenciatura.

# Módulos

## 1. Instituciones Internacionales

- La Organización Mundial del Comercio (OMC).
- La Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).
- El Fondo Monetario Internacional (FMI).
- La Organización Mundial de Aduanas (OMA).
- La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).
- El Mercado Común del Sur (MERCOSUR).
- El Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).
- El Mercado Común Centroamericano (MCCA).
- La Comunidad del Caribe (CARICOM) y el Banco de Desarrollo del Caribe.
- El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).
- La Comunidad Andina.
- La Asociación de Naciones del Sudeste de Asia (ASEAN).
- Australia y Nueva Zelanda (ANZERTA).
- La Unión del Magreb Árabe (UMA).
- La Unión Europea (UE).

## 2. Economía Internacional

- Condiciones, causas y efectos del Comercio Internacional.
- Política comercial. Instrumentos de política comercial. Proteccionismo frente a librecambismo.
- Tipo de cambio y mercado de divisas.
- Regulación internacional del Comercio Exterior. Del GATT a la OMC.

## 3. Instrumentos de Promoción Exterior

- Instrumentos de promoción sin desplazamiento al exterior.
- Instrumentos de promoción utilizados en el exterior.
- Organismos e instituciones de promoción exterior. El Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Las Cámaras de Comercio.

# Módulos

## 4. Make a Team

- El equipo de comercio exterior.
- El ambiente de trabajo; su relación con la motivación del trabajador.
- Las teorías de la motivación.
- La motivación de los colaboradores externos.
- El talento de grupo.

## 5. Incoterms 2010

- Incoterms 2010.

## 6. Técnicas de Influencias en Negocios Internacionales

- ¿Qué es negociar?
- Habilidades necesarias para negociar.
- Espectros de las diferentes personalidades.
- Estrategias, tácticas y métodos de negociación.
- Comprender y hacer frente a las trampas y sesgos de una negociación.
- Errores en la negociación.
- Reducción de conflictos: de oponente a colaborador.

## 7. Comercio Electrónico

- Comunicación y comercio electrónico.
- El medio internet. Por qué el canal online obliga a crear procesos específicos.
- Planificación estratégica del canal de comercio electrónico.
- Plataformas de comercio electrónico. La tecnología.
- Herramientas de promoción de la tienda online.
- Proveedores y canales de aprovisionamiento.

# Módulos

## 8. Calidad y Normas Técnicas

- Principios generales de la gestión de la calidad.
- Norma ISO 9001.
- Elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad.
- Sistemas de Gestión Medioambiental.
- El mercado CE.

## 9. Forma Jurídica de la Empresa

- La empresa: concepto y clasificación.
- Formas jurídicas de la empresa.
- Las sociedades personalistas.
- Las sociedades de capital.
- Otras formas jurídicas de la empresa.
- El plan de empresa o plan de negocios.
- Trámites legales para la constitución de una empresa.

## 10. Introducción a la Contabilidad

- La contabilidad y su normalización internacional. Principios y normas contables.
- El patrimonio empresarial: el balance. Masas patrimoniales.
- El registro de las operaciones contables: la cuenta y el asiento. Libros obligatorios.
- El ciclo contable. El Plan General Contable.
- La valoración de los elementos patrimoniales.

## 11. Técnicas de Negociación en Asia

- Tratamiento de la comunicación, empatía, escucha activa, feedback e influencia.
- Protocolo y negociación en Asia.
- Protocolo y negociación en Japón.
- Protocolo y negociación en China.
- Protocolo y negociación en Corea del Sur.
- Protocolo y negociación en India.

## 12. Organización Empresarial

- Los protagonistas de la economía y el escenario macroeconómico. La responsabilidad social corporativa y la productividad.
- El marco legal básico. Formas y clases de una empresa. La puesta en marcha de una empresa.
- El patrimonio y las cuentas de la empresa. El balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias. La memoria.
- La estructura financiera de la empresa. Las fuentes de financiación y las decisiones de inversión.
- La organización formal de la empresa. La dirección y los órganos de gobierno. La ética en los negocios.
- Los procedimientos de ingresos. La Tesorería. El ámbito fiscal.
- Los planes de negocio.

## 13. Dirección Comercial y Marketing Internacional

- ¿Qué es el Marketing Internacional?
- El plan de internacionalización.
- Análisis y diagnóstico de la empresa con vocación internacional.
- Investigación y elección de mercados exteriores.
- Formas de acceso a los mercados exteriores.
- Definición de las estrategias de marketing internacional.

## 14. Régimen Jurídico Aduanero

- La aduana en el comercio exterior.
- Procedimiento de despacho.
- Origen de las mercancías.
- Valor en aduanas.
- Regímenes económicos aduaneros y suspensivos.
- Áreas exentas.
- Impuesto sobre el valor añadido.
- Impuestos especiales.
- Operador Económico Autorizado.

## 15. Estrategias de Negocios Internacionales

- Dirección estratégica.
- Atractivo de los mercados de referencia.
- La empresa en su conjunto.
- Metodología de elaboración de un plan estratégico.
- Organización y control.
- Internacionalización.

## 16. Análisis Económico Financiero

- Cuentas anuales de la empresa.
- Ratios de solvencia. Nivel de endeudamiento.
- Ratios de liquidez, fondo de maniobra y cash flow.
- Punto muerto. Costes fijos y variables.
- Ratios de maduración.
- Ratios de rentabilidad. Apalancamiento financiero y operativo.
- Ratios de actividad o de explotación.
- Ratios de estructura.
- Ratios de equilibrio.
- Ratios bursátiles.

## 17. Página Web

- Tutorial práctico de la herramienta Dreamweaver
- Tutorial práctico sobre Flash
- Tutorial práctico sobre Photoshop

## 18. Transporte en el Comercio Internacional

- Transporte marítimo
- Transporte aéreo
- Transporte terrestre

# Módulos

- Transporte intermodal.
- Tratamiento y manipulación de la mercancía.
- La protección física de la mercancía.
- La protección jurídica de la mercancía. El seguro de transporte internacional.

## 19. Financiación Internacional. Cobros y Pagos

- El mercado de divisas y su funcionamiento.
- Control de cambios.
- Medios de pago y cobro internacionales.
- Mercado de divisas.
- Avals y garantías.
- Seguro de crédito a la exportación CESCE.

## 20. Negociación y Contratación Internacional

- Derecho internacional privado de compraventa.
- Principios sobre los contratos comerciales internacionales. Principios UNIDROIT.
- Oferta y aceptación. Acuerdos preparatorios.
- Formación del contrato de compraventa.
- Contrato de compraventa internacional. Ejecución del contrato.
- Obligaciones de las partes.
- El arbitraje internacional.
- Otras modalidades contractuales. Contratos de agencia, de distribución, de representación y de comisión.

## 21. Implantar una Empresa en el Exterior

- Planteamiento internacional. El entorno global.
- La decisión de internacionalizarse.
- El modelo de presencia en el exterior.
- Aspectos legales, corporativos y de marketing.
- El momento presente y el futuro inmediato de la empresa internacionalizada.
- Cómo establecer una filial en Japón.

# Módulos

## 22. Logística y su Entorno

- Cadena de suministro y circuitos logísticos
- Optimización de la logística de la empresa
- Contratación de servicios logísticos
- Compras, aprovisionamiento y almacenamiento
- Introducción a la logística integral (Supply Chain)

## 23. Inglés Comercial

- Inglés de las finanzas, los negocios y los contratos
- Investigación, análisis, organización y presentación oral y escrita de información sobre países, empresas, productos, etc.
- Ejercicios prácticos de análisis en equipo, troubleshooting, brainstorming, etc.
- Uso de materiales de la prensa, medios audio-visuales, podcasts, etc. para potenciar la comprensión y comunicación.

## Proyecto Fin de Máster

Elaboración de un PROYECTO DE COMERCIO EXTERIOR.

Con él se pretende la participación activa de los alumnos, fomentando el trabajo en equipo (generalmente compuesto por cuatro alumnos cada equipo), estimular su capacidad creativa permitiendo que la operación sea libremente propuesta por cada uno de ellos, poniéndolos en contacto con la actividad real del comercio exterior, ya que el proyecto debe consistir en una operación viable y con miras a que pueda llevarse a la práctica real.

El proyecto consiste en el estudio y planificación de una operación completa, ya sea de exportación o de importación, que debe ser realizada por una empresa creada por los alumnos componentes de cada grupo.

En el proyecto se deben desarrollar todas las fases de una operación de importación o exportación abarcando también la creación de una empresa y constitución de la sociedad, estudio de los mercados en los que se pretenda introducir la mercancía, estudio del país de origen y destino, contactos que se realicen con los proveedores y clientes, plan de marketing, fiscalidad de la operación, transporte y seguridad de la mercancía, financiación de

# Módulos

la operación así como el sistema de cobro o pago de las transacciones que se vayan a realizar, comercialización del producto, análisis coste-beneficio de la operación, contratación internacional, en resumen, la puesta total en práctica de los conocimientos adquiridos durante el Máster en Dirección de Comercio Internacional.

## Claustro

### **D. Rafael Gutiérrez de Mesa**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Director Comercial y de Marketing de Kuehne & Nagel España.

### **D. Francisco Antúnez Carrasco**

Licenciado en Derecho. Titulado en Comercio Exterior y en Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales. Abogado. Director del Departamento Extranjero y Abogado Director de la Asesoría Jurídica de INDUSTRIAS Y CONFECCIONES (INDUYCO).

### **D. Félix Crespo Bravo**

Ingeniero Técnico Superior Industrial. Consultor del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

### **D. José Francisco Casajús Murillo**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Auditor del Registro Oficial de Auditores de Cuentas.

### **D. Carlos Maroto Iglesias**

Licenciado en Ciencias Empresariales Europeas. Diplomado en el programa superior en Dirección Financiera y Control de Gestión. Gerente de la empresa HISPALUM.

## Claustro

### **D. José Antonio Muñoz Royán**

Inspector de Hacienda del Estado. Jefe de Equipo en la Delegación Central de Grandes Contribuyentes de la AEAT. Consultor del Banco Interamericano de Desarrollo.

### **D. Raimundo Guijarro Solaesa**

Profesor Mercantil. Diplomado en Comercio Exterior. Adjunto a la Dirección de Banca de Empresas del Banco Santander Central Hispano.

### **D. Julio Crespo Bravo**

Ingeniero Técnico Superior Industrial. Máster en Técnica y Gestión de Calidad. Experto técnico de la Oficina de Inspección con la misión de llevar a cabo la evaluación y seguimiento de la metodología de inspección del Consejo de Seguridad Nuclear.

### **Dña. Carmen Alba Ruíz-Morales**

Licenciada en Derecho. Máster en Derecho Mercantil. Consultora y Formadora de materias diversas relacionadas con Comercio Exterior y Marketing Internacional.

### **D. Fernando Maroto Iglesias**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Titulado Superior en Dirección de Comercio Internacional. Responsable del Departamento de Comercio Exterior en la Empresa HISPALUM.

## Claustro

### **D. Héctor Roldán Vargas**

Licenciado en Derecho, Diplomado en Negocios Internacionales, Msc y MBA. ACE Program. Massachussets Institute of Technology (MIT). Cursos especializados en Wharton School of Business y London School of Economics (LSE). Director de Proyectos Corporativos de Banco Santander y Consejero de Wise Rock Investments y Digital Assets Deployment (DaD).

### **D. Jacobo Pérez-Soba Aguilar**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Gestión de Empresas. Curso Superior de Comercio Exterior. Coordinador de Comercio Exterior de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid.

### **D. José M<sup>a</sup> de Castañeda García-Manfredi**

Licenciado en Derecho. Diplomado en Dirección y Gestión de Comercio Exterior. Diplomado en Financiación Internacional. Director de Desarrollo, responsable del departamento de compra y venta de derechos audiovisuales de DEORTPUBLIC S.A. Consultor de Export Director S.L.

### **Dña. Josefa Muñoz Sánchez**

Licenciada en Derecho. Diplomada en Comercio Exterior. Especialista en Derecho Comunitario. Miembro del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid. Miembro de la Corte de Arbitraje del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid.

## Claustro

### **D. Julio Antonio Pérez Escobar**

Licenciado en Historia por la Universidad de Deusto (Bilbao). Máster en G.A.P.P. por la Universidad Carlos III. Experto en Derecho tributario y aduanero. Consultor del Banco Interamericano de Desarrollo.

### **D. Francisco Javier Oyarzun de Laiglesia**

Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid. Director del Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador). Assistant Economic Affairs Officer de la Comisión Económica para América Latina (C.E.P.A.L) de las Naciones Unidas.

### **Dña. Raquel Crespo Torres**

Técnico en Gestión y Administración de Empresas. Gestión operativa y documental del comercio exterior. Titulada Superior en Dirección de Comercio Internacional. Máster en diseño y creación de páginas web. Conocimientos avanzados de SAP R3-R4-R7.

### **D. Mike Schneider**

RSA/CTEFLA, Certificate in Teaching English. STANTON SCHOOL OF ENGLISH, LONDON, W2, U.K.. B.A.HONS degree in English Literature . UNIVERSITY OF TORONTO, CANADA

## Claustro

### **D. Antonio Muñoz Sánchez**

Diplomado en Alta Dirección de Empresas por el I. E. de Madrid y por la London Business School. Máster en Dirección Comercial y Marketing. Key Account Manager de la cuenta de France Telecom en Qualitel Teleservices.

### **D. Juan Romero Sánchez**

Licenciado en Ciencias Empresariales. Ingeniero Técnico Industrial. Profesor de contabilidad financiera y de sociedades para la preparación de opositores al Cuerpo de Inspectores y Técnico de Hacienda.

### **D. José Fermín Rosell Aguirre**

Licenciado en Marketing y Gestión Comercial. Executive MBA. Consultor independiente de eCommerce. Director de Marketing y Comunicación de Diners Club Internacional, Banco Santander.

## Duración

**Un año.**

## Inicio

**Febrero y octubre.**

## Horas

**510 horas totales repartidas de la siguiente manera:**

- 400 son lectivas.
- 50 son de talleres prácticos y seminarios.
- 60 de proyecto fin de Máster.

### Más información

🏠 C/ Francisco Silvela, 106 -28002- Madrid

☎ Tel. +34 91 782 43 30 / 32 / 33 / 34

📠 Fax +34 91 782 43 43

@ info.ctobusiness@grupocto.com

🌐 **www.ctobusiness.es**