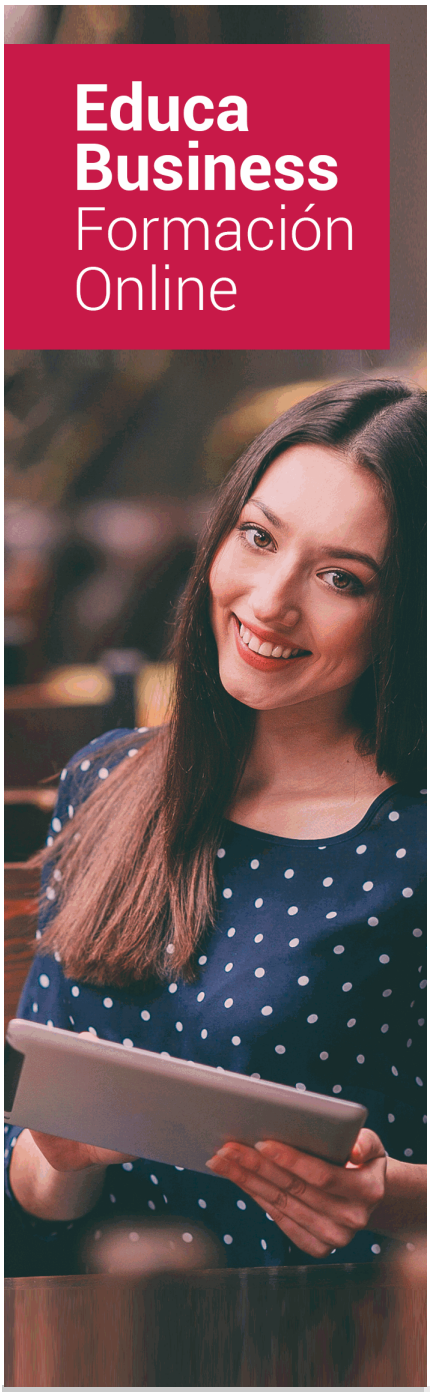


Master en Comercio Internacional

Master en Comercio Internacional **Ver Curso**



SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación**(AENOR) de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, l**os cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública.Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.



Master en Comercio Internacional

DURACIÓN:
600 horas

MODALIDAD:
Online

PRECIO:
1.200 €
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación 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 (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como Escuela de Negocios de Formación Superior de Postgrado

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO

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

Nombre de la Acción Formativa

de 600 horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2015
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EURO/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 1 de Diciembre de 2015

La Dirección General | SELLO | **El/La Interesado/a**

JESÚS MORENO HIDALGO | NOMBRE DEL ALUMNO/A

Descripción

Si trabaja en el entorno del comercio internacional y quiere especializar sus conocimientos en diferentes aspectos de este entorno este es su momento, con el Master en Operaciones de Comercio Internacional podrá adquirir las técnicas necesarias para desenvolverse de manera profesional en este sector. El comercio internacional es un sector en el que existen diferentes factores que se deben conocer si se quiere tener éxito, por ello con este Master podrá aprender los procesos esenciales para desarrollar estrategias que le ayuden a desempeñar su función de la mejor manera posible.

Objetivos

- Calcular las cuotas liquidables de los impuestos que afectan a las operaciones de comercio internacional, elaborando la documentación correspondiente a sus declaraciones – liquidaciones y aplicando la normativa fiscal vigente.
- Dotar al alumno de los conocimientos necesarios relativos al mundo del comercio y de las relaciones Internacionales, desarrollando habilidades técnicas y directivas que les permitan desarrollar su trayectoria profesional en este campo.
- Aportar al alumno de un modo rápido y sencillo las aptitudes propias de un buen vendedor: detectar las motivaciones de compra del cliente y persuadirle de que el producto que le ofrece satisfará sus aspiraciones.
- Analizar la información relacionada con el mercado de divisas y las implicaciones en el comercio internacional.
- Diseñar un buen programa de motores de búsquedas.
- Analizar los procedimientos aduaneros relativos al comercio internacional de mercancías, según la normativa vigente.

A quién va dirigido

El Master en Operaciones de Comercio Internacional está dirigido a profesionales del sector que deseen seguir formándose y especializarse en la materia, así como a personas interesadas en dedicarse profesionalmente en este entorno.

Para qué te prepara

Este Master en Operaciones de Comercio Internacional le prepara para conocer los aspectos esenciales de las operaciones a realizar en este entorno, prestando atención a conceptos como las aduanas, aspectos fiscales o marketing online para tener una formación completa de este fenómeno.

Salidas Laborales

Comercio internacional / Marketing online.

- Manual teórico 'Análisis de Riesgos y Medios de Cobertura en las Operaciones de Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Técnicas de Venta y Administración Comercial'
- Manual teórico 'Gestión Aduanera del Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Fiscalidad de las Operaciones de Comercio Internacional'

- Manual teórico 'Marketing Digital'
- Manual teórico 'Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Derecho Internacional y Comercio Exterior'

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses
+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono (+34) 958 050 217 e infórmate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.
En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.
10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.
El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.
Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.
Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.
Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado.**



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa,** donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online

Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.

Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.

Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.

Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.

Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.

Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.

Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.

Revista Digital

El alumnado puede 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, y otros recursos actualizados de interés.

Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos

Temario

PARTE 1. COMERCIO INTERNACIONAL

MÓDULO 1. COMERCIO 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.El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
2.El empresario social
3.Las sociedades en España y en el extranjero
4.Cooperación y concentración entre sociedades
5.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

MÓDULO 2. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

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.Ley aplicable al contrato internacional
2.El Convenio de Roma de 1980 y el Reglamento de Roma I
3.La Ley reguladora del contrato internacional al amparo del Reglamento de Roma I
4.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. LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

1.Introducción
2.Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago
3.El cheque
4.Transferencias bancarias
5.Orden de pago documentaria
6.Créditos documentarios
7.Remesa documentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 11. VÍAS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

1.Controversias en el ámbito del comercio internacional
2.Vías de jurisdicción estatal
3.El arbitraje internacional
4.Compatibilidad entre arbitraje y la vía judicial

PARTE 2. 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 3. TÉCNICAS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEORÍAS DE LA VENTA. EL VENDEDOR

1.Introducción
2.Teorías de la venta
3.¿Quien es el/la vendedor/a?
4.Clases de vendedores/as
5.Actividades del vendedor/a
6.Características del buen vendedor/a
7.Los conocimientos del vendedor/a
8.La persona con capacidad de persuasión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SERVICIO, ASISTENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE/A

1.Introducción
2.La satisfacción del cliente/a
3.Formas de hacer el seguimiento
4.El servicio postventa
5.Asistencia al cliente/a
6.Información y formación al cliente/a
7.Tratamiento de las Reclamaciones
8.Cómo conseguir la satisfacción del cliente/a
9.Tratamiento de dudas y objeciones
10.Reclamaciones
11.Cara a cara o por teléfono

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE VENTAS. LA PLATAFORMA COMERCIAL Y PLAN DE ACCIÓN

1.Venta directa

2.Venta a distancia
3.Venta multinivel
4.Venta personal
5.Otros tipos de venta
6.La plataforma comercial
7.El/la cliente/a actual
8.El/la cliente/a potencial
9.La entrevista de ventas. Plan de acción
10.Prospección
11.Concertación de la visita
12.Claves para que la llamada resulte satisfactoria
13.Ejecución Física de la carta
14.Cómo debe reaccionar el vendedor/a ante las objeciones
15.Seis fórmulas para cerrar
16.La Despedida
17.Venta a grupos
18.Venta por Correspondencia
19.Venta telefónica
20.Venta por Televisión
21.Venta por Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO DE DECISIÓN E INFLUENCIAS DE COMPRA EN EL MERCADO

1.Introducción
2.Reconocimiento del Problema
3.Tipos de decisiones
4.Búsqueda de información
5.La elección del establecimiento
6.La elección de la marca
7.Compras racionales e irracionales
8.Las compras impulsivas
9.Evaluación de la postcompra
10.Influencias del proceso de compra
11.Variables que influyen en el proceso de compra
12.La segmentación del mercado
13.Criterios de segmentación
14.Tipología humana
15.Información personal previa que se pede obtener de los/as clientes/as
16.Tipologías de los/as clientes/as
17.Clasificación sobre tipos de clientes/as
18.Motivaciones psicológicas del consumidor/a

19.Necesidades fisiológicas
20.Necesidades de seguridad
21.Necesidades sociales
22.Necesidades de reconocimiento/estima
23.Necesidades de autoesperación/auto realización
24.La teoría de los factores, de herzberg

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS, HABILIDADES Y TÉCNICAS COMERCIALES. LOS CALL CENTERS

1.Elementos de la comunicación comercial
2.Estrategias para mejorar la comunicación
3.Comunicación dentro de la empresa
4.Dispositivos de Información
5.Habilidades sociales y protocolo comercial
6.La comunicación verbal
7.Comunicación no verbal
8.La Comunicación Escrita
9.Técnicas y procesos de negociación
10.Bases fundamentales de los procesos de negociación
11.Las conductas de los buenos/as negociadores/as
12.Estrategias y tácticas en la negociación
13.Fases de la negociación
14.Los Call Centers
15.La atención al cliente/a en el siglo XXI

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN ORAL, EXPRESIÓN ESCRITA Y ESCUCHA EN LA VENTA

1.Introducción
2.Defectos frecuentes por parte del/la que habla
3.Defectos frecuentes por parte del/la oyente
4.Leyes de la Comunicación
5.Principios de la Comunicación
6.El proceso de comunicación
7.Mensajes que facilitan el diálogo
8.La retroalimentación
9.Ruidos y barreras en la comunicación
10.Cómo superar las barreras en la comunicación
11.La expresión oral en la venta
12.Cómo llevar a cabo la expresión oral en la venta
13.La expresión escrita en la venta
14.Las veinte sugerencias para la comunicación escrita
15.La escucha en la venta
16.Como mejorar la capacidad de escuchar

17.Tipos de Preguntas
18.La comunicación no verbal
19.Emitiendo señales, creando impresiones
20.Los principales componentes no verbales
21.La asertividad
22.Tipología de personas

PARTE 4. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1.Introducción
2.Concepto de Marketing Digital
3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
4.Ventajas del Marketing Digital
5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online
9.NIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO
10.Importancia del SEO
11.Funcionamiento de los buscadores
12.Google: algoritmos y actualizaciones
13.Cómo salir de una penalización en Google
14.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos de SEM
3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
4.Primer contacto con Google Ads
5.Creación de anuncios de calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

1.¿Qué es el Inbound Marketing?
2.Marketing de Contenidos

3.Marketing viral
4.Video Marketing
5.Reputación online
6.NIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM
7.Introducción
8.Marketing relacional
9.Experiencia del usuario
10.Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1.Definir la estrategia
2.Cuentas específicas
3.Identificación del equipo
4.Definir el tono de la comunicación
5.Protocolo de resolución de problemas
6.Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7.Monitorización
8.Gestión, seguimiento y fidelización
9.Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1.Fundamentos del email marketing
2.Objetivos del email marketing
3.Estructura de un email
4.Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1.Auge del comercio online
2.Tipos de eCommerce
3.Atención al cliente
4.Embudos de conversión
5.Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1.¿Qué es el copywriting?
2.Conectar, emocionar y convencer
3.Principales técnicas de copywriting
4.SEO para Copywriting
5.La importancia de los títulos

PARTE 5. GESTIÓN ADUANERA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA ADUANERO Y LA NORMATIVA DE COMERCIO INTERNACIONAL
1.Concepto y función de las aduanas.
2.Territorio aduanero. Territorio Aduanero Comunitario.
3.Operadores.
4.Mercancías comunitarias y no comunitarias.
5.Derecho Aduanero.
6.Regímenes comerciales y administrativos.
UNIDAD DIDÁCTICA 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE LAS MERCANCÍAS
1.La tarifa aduanera.
2.La nomenclatura.
3.Arancel Integrado Comunitario. TARIC.
UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATRIBUCIÓN DEL ORIGEN DE LAS MERCANCÍAS
1.Concepto de origen en el Código Aduanero Comunitario.
2.Criterios de atribución del origen en la Unión Europea.
3.Documentos.
UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y DECLARACIÓN DEL VALOR EN ADUANA DE LAS MERCANCÍAS
1.Concepto de valor en aduana.
2.Condicionantes al valor en aduana de las mercancías.
3.Métodos de valoración.
4.Cálculo del valor en aduana en importaciones por vía aérea.
5.Documentos de declaración de valor en aduana.
UNIDAD DIDÁCTICA 5. IDENTIFICACIÓN Y PROCEDIMIENTO DE LOS DESTINOS ADUANEROS
1.Importación. Despacho a libre práctica.
2.Despacho a consumo.
3.Exportación.
4.Regímenes económicos y/o suspensivos: concepto, concesión y funcionamiento.
5.Tránsito: concepto, regulación legal y funcionamiento.
6.Depósitos y zonas francas.
7.Reexportación, destrucción y abandono de las mercancías.
UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA DEUDA ADUANERA
1.Composición.
2.Normativa aplicable.
3.Exigibilidad de la deuda aduanera
4.Contracción y extinción de la deuda aduanera.
UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE DOCUMENTOS ADUANEROS
1.Documento Único Administrativo, DUA.
2.Cumplimentación del DUA.
3.Presentación.
4.Documentos que deben presentarse junto al DUA.

5.Rectificación e invalidación de declaraciones.
6.Comprobación de las declaraciones.
7.Sistema estadístico, INTRASTAT:
8.Aplicación de Internet y del sistema de transmisión electrónica de datos

PARTE 6. FISCALIDAD DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELEMENTOS DE FISCALIDAD EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1.Consideraciones generales de fiscalidad internacional.
2.Conceptos básicos de los impuestos.
3.Aplicaciones informáticas para la gestión fiscal de las operaciones de comercio internacional.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA) EN EL COMERCIO EXTERIOR

1.Conceptos básicos del IVA.
2.Tipos de operaciones sujetos a IVA.
3.El IVA en las operaciones intracomunitarias.
4.El IVA en las operaciones con terceros países: Importaciones.
5.El IVA en las operaciones con terceros países: Exportaciones.
6.El IVA en las operaciones especiales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTOS Y REGÍMENES ESPECIALES

1.Tipos de Impuestos Especiales.
2.Consideraciones generales sobre los impuestos especiales.
3.Gestión de los impuestos especiales a las operaciones de comercio exterior.
4.Régimen fiscal especial de las Islas Canarias, Ceuta y Melilla.

PARTE 7. 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
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 DIDÁCTICA7. 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 régimenes fiscales especiales