



## Curso Experto en Comercio Internacional

<b>Tipo</b>	<b>Experto</b>	<b>Modalidad</b>	<b>Distancia / On line</b>
<b>Duración</b>	<b>380 horas</b>	<b>Precio</b>	<b>Consultar</b>

## Curso Experto en Asesoría Internacional

### Presentación

---

El curso experto en Comercio Internacional organizado por la Escuela de Negocios FormaSelect está minuciosamente diseñado y elaborado bajo los criterios de profesionales expertos en cada una de las materias tratadas. A diferencia de otros cursos en comercio exterior, como se refleja en cada uno de nuestros módulos, pretende una visión eminentemente práctica de las necesidades que tiene la empresa en este apartado de internacionalización del mercado.

Internet ha hecho que la globalización del mercado sea cada vez más necesaria. Internet da la oportunidad ya no solo a las grandes empresas multinacionales, sino a las pymes españolas, que contando con profesionales técnicos o consultores en comercio exterior, aspiran a mercados internacionales de difícil acceso hace solo unos años. Para ello es de vital importancia el dominio en materias de comercio electrónico, contratación internacional o su tributación. De igual modo, el curso presta especial atención a materias clásicas, como son la logística o el marketing en los mercados exteriores para darse a conocer.

### Objetivos

---

- Formar especialistas en comercio exterior y negocios internacionales de la economía española.
- Facilitar al participante el conocimiento y desarrollo de las técnicas, herramientas y habilidades necesarias para dirigir una empresa internacional.
- Preparar al alumno para trabajar en el departamento de internacional de una empresa (exportación, inversiones), proporcionándole a este fin una formación práctica y de utilidad directa.
- Facilitar un amplio conocimiento sobre las diferentes modalidades de ayudas para la internacionalización de las empresas, procedentes del ámbito nacional, comunitario y de tipo internacional a las que se puede acceder.
- Dotar al alumno de los conocimientos prácticos y teóricos y en las habilidades necesarias para desenvolverse en los mercados internacionales, permitiéndole plantear situaciones y tomar decisiones relacionadas con una empresa y su dimensión exterior en organización y comercialización.

### Metodología

---

En EUDE transformamos la distancia en una oportunidad para la formación. Aprovechamos las nuevas tecnologías para acompañar, aconsejar y ayudar al alumno en este fascinante viaje a través del aprendizaje.

El alumno recibirá el temario, dependiendo de sus necesidades, en formato papel o digital, a través de manuales, CD-ROM o mediante el propio Campus Virtual de la escuela.

Todas las lecciones han sido desarrolladas por profesionales en la materia. Cada uno de los temarios están adaptados a la práctica de modo que resulten amenos, cercanos y, cuanto más, prácticos. La estructura común de éstos es de la siguiente manera: prólogo, módulos, anexos, casos prácticos, bibliografía y glosario. Además, cada tema va acompañado de cuestionarios que permitirán al alumno afianzar sus conocimientos y medir su ritmo de estudio.

En el apartado de Casos Prácticos, que se puede encontrar al final de cada manual, se plantean los ejercicios que permitirán evaluar el aprovechamiento del estudiante.

El equipo de tutores, especialistas en las diferentes áreas de estudio, atenderá a los alumnos a través del teléfono, email, campus virtual o, si fuese necesario, con una reunión presencial (previa cita).

El campus virtual es una herramienta muy útil en el estudio dado que funciona como un foro de encuentro y un espacio de comunicación favoreciendo así la motivación de los estudiantes. En él, el alumno tendrá a su disposición actividades de refuerzo, anexos de documentación, enlaces de apoyo y espacios de participación.

La lectura de la guía de estudios, que el alumno recibirá con el material de estudio o que puede encontrar en el campus virtual, le ofrece mucha más información sobre la organización del tiempo y la localización de recursos, además de aconsejarle sobre la metodología de estudio más adecuada.

#### **Modalidad: A distancia y On line**

El alumno que estudie la modalidad a distancia u On line, recibirá el material al completo en su domicilio. De esta manera, no precisa de traslados para evaluaciones ni tutorías.

La modalidad On line supone la completa realización del curso desde la plataforma de formación en Internet. Todo ello incluye, la descarga de toda la documentación no precisando de traslados para evaluaciones ni tutorías.

#### **Material**

En la modalidad a distancia, los alumnos reciben manuales completos, desarrollados y actualizados plenamente por expertos en cada una de las materias tratadas. Dichos manuales se utilizarán como herramientas de apoyo.

En la modalidad On line, los alumnos recibirán los datos de acceso al campus virtual, a través del cual desarrollarán todo el seguimiento de la formación.

## **Temario**

---

### **Área de introducción al comercio internacional**

#### **Introducción**

Características generales del comercio Internacional. Evolución del concepto teórico del comercio exterior. En este apartado es importante ver cómo ha evolucionado el estudio y valoración del comercio exterior a lo largo del tiempo para poder comprender su significado hoy en día.

#### **Regulación del comercio internacional**

Organización Mundial del Comercio: Evolución y presente. Procesos de integración económica (UE, NAFTA, MERCOSUR, etc.). Análisis de las grandes políticas de regulación "formal" del comercio exterior internacional y estudio de los procesos de integración económica que articulan las relaciones comerciales entre países y regiones.

#### **Globalización económica y comercio internacional**

Interrelación entre globalización y comercio exterior. Ventaja competitiva de los países. Países emergentes. Europa, Estados Unidos. Resto del mundo. El fenómeno de la globalización debe ser analizado en función de los cambios que se han producido en los flujos de comercio exterior, viendo como esto ha afectado a los equilibrios existentes y ha alterado las relaciones entre países y la estructura económica internacional. Se dará prioridad al análisis de los países emergentes, ya que este grupo de países marcan las tendencias fundamentales en el ordenamiento económico de principios del siglo XXI, al tiempo que el resto de países ya se va a tratar en el apartado de los procesos de integración económica (Europa-UE, Estados Unidos-NAFTA).

#### **España: El comercio exterior frente a los retos del siglo XXI**

Características generales del sector. Evolución-Tendencias. Ventajas y desventajas competitivas. Análisis sectorial y geográfico. Política de comercio exterior. En este apartado se procederá al análisis de la situación del sector viendo como se está respondiendo a un entorno cambiante y de gran competitividad. En el capítulo de "política de comercio exterior" de podrán ver todas aquellas medidas estatales o regionales asociadas al comercio exterior.

### **La empresa española y el comercio exterior**

Proceso de decisión para convertirse en una empresa vinculada al comercio exterior. Estructura de la empresa. Modelos de relación con el exterior. Fortalezas y debilidades: En busca de oportunidades. En este punto nos dedicaremos a ver las principales características de la empresa española, una vez que ya hemos realizado el análisis sectorial en el capítulo 4, tratando de ver el proceso desde la aparición de la idea de internacionalización hasta lo que es el normal desarrollo diario de las actividades exteriores de la empresa.

### **Comercio internacional y nuevas tecnologías**

Comercio exterior e internet

### **Gestión y negociación en el comercio internacional: La diversidad cultural**

Diferencias culturales que afectan a la negociación. Diferencias culturales que afectan a la estructura de las empresas. Diferencias culturales que inciden en la organización de los mercados. Este apartado ayudará a suplir la ausencia de un área específica para estudiar las diferencias culturales y su importancia en las relaciones de comercio internacional, al mismo tiempo, aportará un cierto contexto a otras partes del temario (marketing internacional, inversión internacional, contratación internacional) que tienen un carácter más técnico pero que, no por ello, dejan de necesitar una referencia a este tipo de realidades. Dispongo de material muy interesante en este apartado proveniente de estudios en una universidad extranjera.

## **Área de Marketing internacional**

### **Introducción al comercio y al marketing ¿ Por qué marketing? ¿Por qué internacional?**

La actividad comercial. Concepto de marketing. La internacionalización de la empresa. Conjuntos geopolíticos. Globalización

### **Concepto de marketing internacional. Principios y funciones.**

Definición. Nivel de madurez de una empresa exportadora. Motivaciones para acudir a mercados exteriores. Principios del marketing internacional. Funciones.

### **Mercados internacionales y su entorno.**

Incertidumbres en los mercados exteriores. El entorno y los factores ambientales. Entornos económicos de los mercados exteriores

### **Organización comercial de una empresa exportadora**

Etapas en la vida comercial de una empresa exportadora. Organización del departamento de comercio exterior. El responsable comercial

### **Estrategia y planificación comercial**

Planificación: la clave del éxito. El proceso de planificación. Plan de marketing internacional

### **Investigación de mercados exteriores**

Investigar un mercado internacional. Los dos niveles de investigación internacional. Selección de un instituto de investigación. La ficha exprés.

### **Exportación, fórmula de entrada y operativa internacional**

¿Qué es exportar?. Operativa y dinámica exportadora. Acceso directo, indirecto o concertado a mercados exteriores. Presentaciones de ofertas y concursos internacionales

### **Las distintas variables de marketing en un contexto internacional**

Comunicación y relación con el cliente. Producto y precio

### **Normalización de productos y procesos en el exterior**

Normalización. Homologación. Certificación. Normas ISO

### **Casos prácticos**

Elaboración de una ficha exprés. Elaboración de un plan de marketing internacional. Proyecto de presentación a una feria internacional. Proyecto de exportar un producto a un país.

## **Área de Comercio electrónico en la empresa. Visión internacional**

### **Introducción al Comercio Electrónico**

Tecnologías de la Información y la Comunicación. Definición de Comercio Electrónico. Comercio Electrónico: Elementos Fundamentales. Nuevas Oportunidades. Nuevos Retos y Posibles Dificultades. Nuevos tipos de intermediarios. Modalidades de Comercio Electrónico.

### **El Escenario Tecnológico**

Evolución y Servicios en Internet. Redes. Protocolos de Comunicación en Internet. Dominios. Intranets. Extranets. Sitios Web: Estructura y Características. Lenguajes de programación web.. XML. Software libre Versus Software de propietario.

### **Comercio Electrónico entre Empresas (B2B)**

Definición de B2B. Tipos de Modelos de negocio en el B2B. Utilidad del B2B para las compañías.. Modelo de compras (e-Procurement). Suministros (e-Purchasing). EDI como sistema de intercambio electrónico entre empresas. Marketplaces. El B2B para las Pymes. Aspectos técnicos del B2B. Mercado del B2B .

### **Comercio Electrónico de Empresa a Consumidor (B2C)**

Introducción. Necesidades y Beneficios del B2C. Soluciones para el Comercio Electrónico B2C. Tienda Virtual. Centro Comercial o Mall Virtual. Los Infomediarios y el paso a la web 2. Los Blogs: un caso especial. La web 3. Mercado del B2C. Cómo llevar a la práctica un proyecto B2C .

### **Modelos de Negocio en el Comercio Electrónico**

Introducción. El paso de la web 1.0 a web 2.0. Clasificación general de Modelos de Negocio en Internet. Clasificación de los modelos de negocio de acuerdo con los participantes. Servicios Financieros y Banca Virtual. Los 15 sitios web que han cambiado el mundo y pertenecen a web 2.0.

### **Mecanismos de Pago y Aspectos de Seguridad**

Cuestiones Generales sobre el Pago por Internet. El mecanismo de compra en el comercio electrónico. Sistemas de pago en Internet. Los sistemas de pago en el Comercio Electrónico B2B. Aspectos de seguridad de las transacciones en Internet. Condiciones necesarias para la seguridad en el comercio electrónico. Cómo funcionan los métodos de cifrado. Mecanismos de certificación y firma digital. El DNI electrónico o eDNI. Protocolos de seguridad en las transacciones: PGP, SSL y SET.

### **Gestión de contenidos**

Organización de la Información. Organizando Sitios Web. Organizaciones temáticas. Diagramas Organizativo, funcionales y de producto. Los sistemas de gestión de contenidos. Técnicas para esquematizar contenidos. Conclusiones.

### **Marketing en Internet**

Principales rasgos del marketing en Internet. Elementos de marketing en un sitio web. Características de la Publicidad en Internet. Mecanismos de promoción de un sitio web. Medición de la efectividad de la publicidad on-line. La gestión de la relación con el cliente: CRM.

### **Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico**

Introducción. Los inconvenientes jurídicos de la contratación electrónica. La normativa española y comunitaria en materia de contratación electrónica. Cuestiones legales acerca de la propiedad intelectual en Internet. Consideraciones sobre Fiscalidad en Internet. La normativa en materia de protección de datos en Internet. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE).

### **La Importancia de la Logística en el Comercio Electrónico**

Introducción. El comercio electrónico y sus imperativos en el ámbito de la distribución física. Las empresas que brindan servicios logísticos. Particularidades de la distribución en el comercio electrónico. Gestión de la devolución de productos.

### **Área de logística internacional**

#### **Introducción: Definición del concepto de logística**

Partes fundamentales de la actividad logística. Evolución del concepto de logística. Comprensión de lo que es la actividad logística, valoración de la evolución de los sistemas logísticos hasta nuestros días para poder ver cómo se ha llegado a los actuales sistemas de organización.

#### **Logística internacional**

Características generales de la logística internacional. Evolución y situación actual. Una vez que se ha aclarado la definición básica del concepto de logística, pasamos al estudio de los rasgos diferenciadores de la logística internacional, observando las necesidades específicas que aparecen para este tipo de operativa, al tiempo que se puede ver la importancia de este sector en el contexto de la economía internacional.

#### **Análisis de medios de transporte**

Aéreo, marítimo, terrestre, ferroviario

#### **Incoterms 2000**

Incoterms como herramienta para regular el transporte de mercancías. Análisis de los diferentes tipos de Incoterms y su importancia para definir la relación contractual en el transporte de mercancías (contratación internacional)

#### **El sistema aduanero**

Características fundamentales del proceso aduanero. El sistema aduanero de la Unión Europea. Análisis práctico de los principales aspectos relacionados con el despacho de mercancías. Conocimiento de la estructura aduanera de la Unión Europea.

#### **Logística internacional y nuevas tecnologías aplicadas**

Avances tecnológicos relacionados con el sector logístico. Tendencias y perspectivas de futuro. El sector logístico ha sido un pionero en cuanto a innovaciones tecnológicas, por todo ello se debe de analizar este apartado tan crucial para la modernización del sector, mejora de eficiencia, competitividad e impacto en el resto de los sectores que se benefician del sector logístico.

#### **Logística e Internet**

Análisis de las diferentes formas de servicios logísticos relacionados con las nuevas tecnologías (B2B, B2C, E-Procurement, Market Place etc)

#### **Realidad geográfica de los sistemas logísticos**

España. Países emergentes. El futuro empresario o estudiante debe de tener una visión aproximada de la realidad del sector logístico en España, tanto desde un punto de vista práctico como en el contexto internacional de una economía globalizada. Es importante que las personas que vayan a estar en contacto con actividades de comercio exterior sean conscientes de la realidad logística de los potenciales socios comerciales, entendiendo las ventajas o desventajas que pueden afrontar en una posible situación de importación-exportación o de inversión productiva en otro país.

## Homologaciones

---

EUDE recibe las homologaciones de AEDETP (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional), ANCED (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia) entre otras instituciones. Estas organizaciones homologan y certifican centros de formación con el fin de garantizar unos criterios de calidad formales, para el correcto desarrollo de las acciones formativas propuestas por nuestro centro.

Además, EUDE es socio-fundador de la **Asociación Española de Escuelas de Negocios** (AEEN) y miembro de **Cladea** (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración).



Podrás encontrar toda la información actualizada sobre nuestras homologaciones y acuerdos en:

<http://www.eude.es/homologaciones/index.html>

## Colaboraciones Empresariales

---

Uno de los pilares fundamentales de la Escuela de Negocios EUDE, se basa en la colaboración constante con las empresas. Nuestra formación está totalmente dirigida a la práctica y prueba de ello es la exigencia de que nuestros formadores sean profesionales en activo de cada área de la que impartimos formación.

Nuestro posicionamiento en el mercado hace que seamos un escalón intermedio entre la formación académica y la empresa. Esto crea una necesidad en nuestros alumnos y profesionales que tratamos de cubrir con vías de colaboración que permiten tanto el acceso al mercado laboral, como el cambio de dirección en el mismo.

Es por ello por lo que hemos desarrollado un **Servicio de Carreras Profesionales** que genera una bolsa de profesionales dirigida en dos vertientes, el Plan de Prácticas en Empresa y la Bolsa de empleo. Todos nuestros alumnos de la modalidad presencial tienen garantizado el hacer prácticas en empresa. No sólo es importante formarse profesionalmente sino también poder aplicar lo aprendido en un puesto de trabajo real.

Como garantía y aval de la formación impartida, podemos presumir de tener convenios de colaboración con algunas de las más importantes empresas tanto a nivel nacional como internacional, convenios que van desde el acuerdo para poner a los alumnos del centro en disposición para realizar prácticas en las empresas clientes, hasta acuerdos de consultoría y formación a todos los niveles.

Señalamos a continuación, algunas de las empresas colaboradoras con EUDE más destacadas:



Actualmente colaboran con EUDE más de **7000 empresas** a través de Miltrabajos.com, Formaselect Consulting y la propia Escuela de Negocios.

Presentación EV

© EUDE

Plaza de Callao, 4 – Gran Vía, 46

6ª Planta

28013 (Madrid)

91 593 15 45

[info@eude.es](mailto:info@eude.es)

[www.eude.es](http://www.eude.es)

No está permitida la reproducción total o parcial del contenido de este PDF, salvo la impresión del mismo sin modificaciones a meros efectos informativos por parte del interesado, no permitiéndose la copia ni alteración del mismo por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, registro u otros métodos sin previo aviso y autorización por parte de los titulares del Copyright