



## Máster Empresarial en Comercio Internacional

<b>Tipo</b>	<b>Máster</b>	<b>Modalidad</b>	<b>Distancia / On line</b>
<b>Duración</b>	<b>600 horas</b>	<b>Precio</b>	<b>Consultar</b>

## Máster Empresarial en Comercio Internacional

### Presentación

---

El Máster en Comercio Internacional organizado por la EUDE está minuciosamente diseñado y elaborado bajo los criterios de profesionales expertos en cada una de las materias tratadas. A diferencia de otros Máster 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 Máster presta especial atención a materias clásicas, como son la logística o el marketing en los mercados exteriores para darse a conocer.

### Objetivos

---

- Conocer las nuevas tendencias del mercado en el ámbito internacional y saber adaptarlas a cada circunstancia gracias a una formación considerablemente práctica
- Adquirir una visión actual y realista del comportamiento del mercado internacional y su repercusión en la actividad de la empresa
- Manejar las diferentes habilidades necesarias para desenvolverse en los mercados internacionales, planteando situaciones y tomar decisiones relacionadas con una empresa y su dimensión exterior en organización, financiación, proyección y comercialización
- Estar dotado para ejercer las funciones en el departamento internacional de una empresa determinada
- Adquirir los conocimientos necesarios en cuanto al marco legal y regulación del mercado internacional
- Visionar la actividad del departamento de marketing como una de las áreas más importantes dentro de una empresa, así como conocer las diferentes funciones que desempeña este departamento tales como la planificación estratégica, la elaboración del plan de marketing o planes de comunicación interna y externa de la organización
- Adentrarse en el escenario tecnológico desde el punto de vista del marketing, adoptando una visión internacional
- Dominar los aspectos esenciales en materia fiscal y de contratación internacional
- Conocer el sistema de tributación internacional así como todo lo referente al derecho aduanero, exportaciones e importaciones y los sistemas de logísticas
- Familiarizarse con el área de financiación internacional de una empresa basado en los medios de pago internacionales y el mercado de divisas

- Ser conocedor de las técnicas, herramientas y habilidades necesarias para dirigir una empresa en el contexto internacional
- Intercambiar experiencias entre los participantes u ponentes, procedentes de distintas empresas, de distintos países, con distintas visiones en relación a la actividad de las organizaciones en el contexto internacional

## 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 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 Máster 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

El MBA en Dirección y Administración de Empresas está desarrollado para que el alumno pueda elegir entre diferentes tipos de soporte didáctico:

12 Carpetas con soporte papel intercambiable: para que el alumno pueda manejar de forma flexible los diferentes temarios, auto evaluaciones y casos prácticos a desarrollar en los diferentes módulos. Además de un libro sobre Dirección Estratégica del autor Santiago Garrido Editorial Mc Graw Hill.

Escuela Virtual de formación: todos nuestros alumnos que lo deseen pueden solicitar las claves para acceder on line a nuestra escuela On line: foros de alumnos, chats con profesores, sistema de mensajería, expediente académico, enlaces de interés, descargar de temarios en pdf...

Software de aplicación informática de Asesoría de Empresas A3: formación, selección, control de presencia, contabilidad, nóminas, fiscalidad (A3 Software – Wolters Kluwer

### Material específico Módulo de Idiomas

Desde EUDE – Escuela Europea de Dirección y Empresa no olvidamos la importancia que tiene en el ámbito profesional el dominio de una segunda lengua, y más en concreto el conocimiento y uso cotidiano del inglés para profesionales.

EUDE, en alianza con una de las empresas más avanzadas en la enseñanza de idiomas, Auralog – “Método Tell me More”, han logrado la integración en los Masters de posgrado de módulos específicos sobre esas materias en el que podrán conocer y aprender el idioma.

Con los módulos de idiomas, los alumnos podrán:

- Desarrollar todas las competencias lingüísticas: comprensión y expresión, oral y escrita
- Practicar la pronunciación con la última tecnología del reconocimiento de voz
- Aprender en situaciones comunicativas reales con diálogos interactivos que ilustran escenas cotidianas y de ámbito profesional
- Estudiar las nociones gramaticales, léxicas, fonéticas y de conjugación imprescindibles para dominar el idioma, con actividades interactivas y amenas:
  - a) 37 tipos de actividades diferentes,
  - b) más de 2.000 horas de contenido,
  - c) 10.000 ejercicios,
  - d) 200 explicaciones de gramática,
  - e) 1.500 verbos conjugados que se pueden consultar en todo momento.

*Video demostrativo*

Si desea información más completa sobre el método y campus virtual “tell me more” que es la empresa colaboradora nuestra, puede verlo con detalle pinchando en el siguiente enlace:

<http://www.tellmemorecorporate.com/Presentation/ESP.html>

*Acceso ilimitado para los alumnos*

En el módulo de idiomas, los alumnos pueden estudiar a cualquier hora y en cualquier lugar (en clase, en la sala multimedia del centro educativo o en casa), lo que les permite planificar sus sesiones de formación.

*Test de nivel, test de progresión y test de certificación de los alumnos.*

Al ofrecer a los alumnos la posibilidad de evaluar su nivel y su progresión con respecto a las exigencias del ámbito laboral, el Campus responderá de forma concreta a sus objetivos y les implicará de forma activa en su formación.

El test de certificación tiene equivalencias con los niveles del Consejo de Europa.

## Titulación recibida

---

Una vez finalizado el programa académico, el alumno recibirá la siguiente titulación:

- **Título Universitario** de Máster de postgrado expedido por el Real Centro Universitario M<sup>º</sup> Cristina, centro adscrito a la Universidad Complutense de Madrid.
- **Título Profesional** de Máster de postgrado expedido por la Escuela Europea de Dirección y Empresa.
- Certificado oficial **TOIEC** de reconocimiento internacional a nivel empresarial. (acceso examen)

## Temario

---

### Área: Introducción al Comercio Exterior

#### **Módulo 1: 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.

#### **Módulo 2: 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.

#### **Módulo 3: 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).

#### **Módulo 4. 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.

#### **Módulo 5. 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.

#### **Módulo 6. Comercio internacional y nuevas tecnologías.**

Comercio exterior e internet

#### **Módulo 7. 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: Contratación internacional

#### **Módulo 1: Contratación Internacional. Aspectos formales, sustantivos y contenciosos.**

Rasgos Generales de la Contratación Internacional. Internacionalidad del Contrato. Preparación y negociación del contrato internacional. Redacción del contrato internacional. El Convenio de Roma de 1980 sobre obligaciones contractuales.

#### **Módulo 2: Requisitos básicos del contrato**

Formación e interpretación del contrato. Cláusulas contractuales. Cumplimiento, incumplimiento, invalidez y terminación del contrato. Garantías del contrato.

#### **Módulo 3: Tipología Contractual.**

Contrato de compraventa internacional. Contrato de Agencia internacional. Franquicia Internacional. Contrato internacional del seguro. Contrato de transferencia tecnológica. (Contratos tecnológicos: Transferencia de tecnología. Consulting Engineering. El comercio electrónico Internacional. Contrato de transporte internacional de mercancías: por carretera, por ferrocarril, transporte combinado (multimodal) internacional. Contrato de consorcios / asociaciones de empresas. Contrato de transporte marítimo internacional, el contrato de transporte aéreo internacional. Contratos de

estado. Contrato internacional del trabajo. Contratos ligados a la propiedad industrial. Contratos de financiación: Leasing, factoring, forfaiting. Contrato de seguro y regulación del reaseguro.

**Módulo 4: Aspectos Fiscales de la Contratación Internacional**

**Módulo 5: Vías de Solución de Conflictos: jurisdicción y arbitraje en el comercio internacional.**

**Área de Tributación internacional**

**Módulo 1: El IVA.**

Generalidades. Localización de las entregas de bienes. Tráfico intracomunitario. Importaciones. Exportaciones. Localización de las prestaciones de servicios (arts 69 ss LIVA). Régimen especial de los servicios prestados por vía electrónica

**Módulo 2: El Impuesto sobre Sociedades**

Introducción. La doble imposición internacional - Los Convenios de Doble Imposición. Métodos para evitar la doble imposición en la LIS

**Módulo 3: Renta de Aduanas**

El Derecho Aduanero. Depósito Aduanero (arts. 98 a 113 CA). Despacho a libre práctica. Elementos de la deuda aduanera en importaciones. Valor en aduana (art. 29 CA). Régimen de Perfeccionamiento Activo (arts. 114 a 129 CA). Transformación bajo control aduanero (arts. 130 a 132 CA). Importación temporal (arts. 137 a 144 CA). Régimen de perfeccionamiento pasivo (arts. 145 a 153 CA). Régimen de Tránsito (arts. 91 a 97 y 163 a 165 CA). Exportación (art. 161 CA). Zonas Francas y Depósitos Francos (arts. 166 a 181 CA). Reexportación, destrucción o abandono. La Deuda Aduanera (título VII CA). Cobro del importe de la deuda aduanera

**Área de Financiación internacional**

**Módulo 1: Medios de Pago Internacionales**

Cheque Personal / Cheque Bancario. Transferencia / Orden De Pago. Remesa Simple. Remesa. Documentaria. Ventajas e Inconvenientes de la Remesa Documentaria. Crédito Documentario. Revolving o Rotativo. Transferibles o Endosables. Crédito Documentario Subsidiario (Back to Back). Garantías bancarias internacionales.

**Módulo 2: Financiación Internacional**

Financiación de Importaciones. Leasing / Confirming. Financiación de Exportaciones. Factoring / Forfaiting. Financiación con Apoyo Oficial. Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD). Seguro de Crédito a la Exportación. Ayudas a la Exportación.

**Módulo 3: Mercado de Divisas**

Definición, Organización y Agentes. El tipo de cambio. El Mercado al Contado a Plazo. El Seguro de Cambio. Mercados Financieros Internacionales. Futuros / Opciones / Swaps.

**Área de Marketing internacional**

**Módulo 1: 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

**Módulo 2: 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.

**Módulo 3: Mercados internacionales y su entorno.**

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

**Módulo 4: Organización comercial de una empresa exportadora**

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

**Módulo 5: Estrategia y planificación comercial**

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

**Módulo 6: Investigación de mercados exteriores**

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

**Módulo 7: 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

**Módulo 8: Las distintas variables de marketing en un contexto internacional**

Comunicación y relación con el cliente. Producto y precio

**Módulo 9: Normalización de productos y procesos en el exterior**

Normalización. Homologación. Certificación. Normas ISO

**Módulo 10: 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**

**Módulo 1: 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.

**Módulo 2: 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.

**Módulo 3: 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 .

**Módulo 4: 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 .

**Módulo 5: 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.

**Módulo 6: 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.

**Módulo 7: 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.

**Módulo 8: 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.

**Módulo 9: 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).

**Módulo 10: 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**

**Módulo 1: Introducción: Definición del concepto de logística**

Partes fundamentales de la actividad logística. Evolución del concepto de logística. Comprensión de lo qué 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.

### **Módulo 2: 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.

### **Módulo 3: Análisis de medios de transporte**

Aéreo, marítimo, terrestre, ferroviario

### **Módulo 4: 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)

### **Módulo 5: 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.

### **Módulo 6: 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.

### **Módulo 7: Logística e Internet**

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

### **Módulo 8: Realidad geográfica de los sistemas logísticos**

España. Países emergentes. El futuro empresario o estudioso 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.

## **Área de Normas de calidad internacional**

### **Módulo 1: Definición de la Calidad**

Definición de la calidad. Gurús de la calidad.

### **Módulo 2: Normas ISO 9000**

Introducción. Sistema de Gestión de la Calidad. Normas ISO 9000. Principios de Sistemas de Gestión de la Calidad. Estructura y apartados de ISO 9001. Objeto y campo de aplicación ISO 9001:2008

### **Módulo 3: Enfoque a procesos. Certificación de Sistemas**

Enfoque a procesos. Certificación de sistemas.

### **Módulo 4: Sistemas de Gestión Ambiental**

Necesidades de gestión ambiental en la empresa. Sistemas de Gestión Ambiental. Modelos de sistemas de gestión ambiental. Norma ISO 14001:2004. Requisitos de Sistemas de Gestión Ambiental.

### **Módulo 5: Otros esquemas de certificación de sistemas**

Certificaciones en industria aeroespacial. Certificaciones en industria de automoción. Seguridad y salud laboral. OHSAS 18001. Normas PECAL 2000. Seguridad de la información. ISO 27001. Acreditación de laboratorios de ensayo y calibración. ISO 17025:2005. Seguridad alimentaria en la empresa. Calidad turística. "Q". Gestión de la Investigación, Desarrollo e innovación. I+D+I. Gestión forestal sostenible. PEFC.

### **Módulo 6: Esquemas de Certificación de Producto**

Certificaciones de calidad de producto. Certificaciones ambientales de producto.

### **Módulo 7: Modelo EFQM. 6 SIGMA. Benchmarking**

Modelo EFQM. Seis Sigma. Benchmarking.

### **Módulo 8: Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

Introducción. Responsabilidades de la empresa. Enfoque de grupos de interés. Principios de Gestión de la RSE. Prácticas de la RSE por los grupos de interés. Modelos de Gestión de RSE

### **Módulo 9: Satisfacción del cliente**

Introducción. Expectativas del cliente. Valor percibido por el cliente. Medición de la percepción del cliente.

## **Idiomas**

## 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 Master 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

© 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.