

MÓDULO I: ENTORNO ECONÓMICO INTERNACIONAL

1. Escenarios en el Comercio Exterior y fundamentos económicos del siglo XXI
2. Tendencias y Perspectivas del Comercio Internacional
3. Mercados internacionales.
4. España: Sectores Productivos y Competitividad Externa.
5. Entorno internacional y Covid-19.

MÓDULO II: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y MARKETING INTERNACIONAL

1. El proceso de internacionalización de la empresa.
2. El plan de internacionalización
3. Diagnóstico del potencial de internacionalización de una empresa de productos/servicios.
4. Investigación y Selección de Mercados Internacionales.
5. Formas de acceso a los mercados internacionales.
6. Marketing Mix Internacional.
7. Alianzas y Consorcios Internacionales.
8. Marketing Ferial y preparación de Misiones Comerciales y workshops internacionales. Nuevos instrumentos digitales de promoción comercial internacional.
9. Apoyos oficiales a la Internacionalización.
10. Creación y gestión de filiales y sucursales.
11. Herramientas de marketing internacional.
12. Casos prácticos y evaluación de proyectos internacionales.

MÓDULO III CONTRATACIÓN Y FISCALIDAD INTERNACIONAL

1. Incoterms 2020.
2. Contratos Internacionales: compraventa, distribución, agencia, etc.
3. Convenios de doble imposición. Propiedad intelectual.
4. El sistema tributario español y el comercio exterior: características generales y estructura de los impuestos que inciden sobre estas operaciones
5. Fiscalidad internacional directa e indirecta.

MÓDULO IV: REGIMEN JURÍDICO ADUANERO

1. Régimen Aduanero comunitario
2. Clasificación Arancelaria de Mercancías
3. Documentación de Comercio Exterior
4. Organización Aduanera e Impositiva de la Empresa Exportadora.
5. Adquisiciones intracomunitarias de bienes
6. Utilización de las nuevas herramientas informáticas en los Procedimientos Aduaneros y Fiscales.

MÓDULO V: LOGÍSTICA INTERNACIONAL

1. Transporte Internacional.
2. Tipos de transporte. Criterios de elección.
3. Documentos de transporte.
3. Logística Internacional. Cotización de precios.

MÓDULO VI: FINANCIACIÓN Y MEDIOS DE PAGO

1. Medios de pago y cobros internacionales.
2. Financiación del comercio exterior a corto, medio y largo plazo
3. Aseguramiento de las operaciones internacionales.
4. El crédito a la exportación y el seguro del crédito a la exportación.
5. Planificación financiera: Estructura óptima de capital
6. Fuentes de financiación nacionales e internacionales.
7. Medios de cobros y pagos internacionales
8. Mercados financieros internacionales

MÓDULO VII: GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE OPERACIONES INTERNACIONALES

1. Gestión integral de operaciones internacionales.
2. Secuencia Operativa y gestión de las importaciones.
3. Gestión de compras internacionales
4. Secuencia Operativa y gestión de las exportaciones.
5. Cálculo de los precios de importación y exportación.
6. Casos prácticos avanzados integrales avanzados de operaciones internacionales.

MÓDULO VIII: NEGOCIACIÓN Y PROTOCOLOS INTERNACIONALES

1. Patrones Internacionales de negociación.
2. Estudio de las principales culturas negociadoras
3. Técnicas y métodos de Negociación Internacional.
4. Protocolo Internacional.
5. Taller de protocolo

MÓDULO IX: INTERNACIONALIZACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y planificación de inteligencia competitiva Internacional.
2. Vigilancia tecnológica Internacional
3. Análisis de tendencias en el mundo globalizado.
4. Seguimiento de la competencia.
5. Planificación, recogida y técnicas de búsqueda de la información relevante

6. Identificación de oportunidades comerciales.

7. Las nuevas tecnologías y la internacionalización de las empresas.
8. Herramientas tecnológicas para la internacionalización.
9. Contenidos y diseño básico de la web exportadora
10. La web 2.0 y las redes sociales para los negocios (blogs, portales, medios on-line...)
11. Consejos para manejarse en los medios sociales
12. Análisis de los buscadores.
13. Técnicas y herramientas para la optimización de las campañas de e-mail marketing
14. Optimización SEO: posicionamiento en buscadores
15. Técnicas de promoción en buscadores
16. Medición del posicionamiento y eficacia web.
17. El community manager internacional
18. Identificación de oportunidades comerciales en mercados electrónicos.
19. Estrategias on-line de marketing internacional.
20. Políticas de visibilidad de la marca en Internet.
21. El e-commerce internacional: plataformas electrónicas y tiendas online.

MÓDULO X:

INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS

1. Aspectos específicos de la internacionalización de las empresas de servicios
2. Internacionalización del sector turístico
3. Internacionalización del sector sanitario
4. Internacionalización de otras empresas de servicios

PROYECTO FIN DE MÁSTER Y TUTORÍAS

SEMINARIOS TÉCNICOS