



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Maestría en Negocios Internacionales. Programa avalado por la SENESCYT -
RPC-SO-32-No.544-2024**





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir
Euroinnova

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de
19
años de
experiencia

Más de
300k
estudiantes
formados

Hasta un
98%
tasa
empleabilidad

Hasta un
100%
de financiación

Hasta un
50%
de los estudiantes
repite

Hasta un
25%
de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia**.
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan**.
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
**FAMILIA
NUMEROSA**

20% Beca
**DIVERSIDAD
FUNCIONAL**

20% Beca
**PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS**



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Maestría en Negocios Internacionales. Programa avalado por la SENESCYT - RPC-SO-32-No.544-2024



DURACIÓN
12 meses



MODALIDAD
ONLINE



ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

Doble Titulación Opcional: - Magister en Negocios Internacionales otorgada por Universidad Hemisferios (Posgrado autorizado por el CES y reconocido por SENESCYT). RPC-SO-32-No.544-2024 - Maestría en Negocios Internacionales expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM)



EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Euroinnova International Online Education.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXXXXXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A
Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER
La Dirección Académica

Con Establecimiento, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (C3) (Resolución 6049)

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Descripción

En un mundo cada vez más interconectado, los negocios internacionales están en pleno auge, impulsando la economía global y creando una alta demanda de profesionales capacitados. Nuestra Maestría en Negocios Internacionales te prepara para enfrentar estos desafíos, proporcionándote habilidades esenciales en comunicación, negociación, planificación estratégica y comercialización. Aprenderás sobre la compraventa internacional, las formas de pago y la contratación, así como estrategias de marketing y análisis financiero. Esta maestría online es la oportunidad perfecta para adquirir conocimientos clave y destacarte en un mercado laboral competitivo. ¡Únete y transforma tu futuro profesional!

Objetivos

La formación académica específica de los estudiantes del programa de Maestría en Negocios Internacionales tiene los siguientes objetivos específicos: - Desarrollar habilidades directivas y de negociación para liderar equipos internacionales con eficacia - Aplicar estrategias de comunicación empresarial para mejorar las relaciones internas y externas - Implementar técnicas de análisis estratégico para la toma de decisiones en mercados globales - Gestionar operaciones de compraventa internacional, incluyendo el uso de INCOTERMS - Optimizar la logística y el aprovisionamiento en el contexto de negocios internacionales - Evaluar el riesgo financiero y rentabilidad de proyectos de inversión en diferentes mercados - Diseñar y ejecutar planes de marketing estratégico para posicionar productos en mercados internacionales

A quién va dirigido

La Maestría en Negocios Internacionales está dirigida a profesionales y titulados universitarios que busquen especializarse en la gestión de empresas globales, con un enfoque en habilidades directivas, planificación estratégica, marketing internacional y logística. Ideal para quienes desean liderar proyectos internacionales y mejorar su capacidad de negociación y toma de decisiones estratégicas. Nuestro programa de Maestría en Negocios Internacionales está diseñado para formar líderes estratégicos con capacidad de decisión en entornos globales. Nuestros egresados desarrollarán competencias avanzadas en comunicación, negociación y gestión de equipos multiculturales, así como en la evaluación de estrategias empresariales considerando factores económicos, políticos y culturales. Serán expertos en elaborar y ejecutar planes estratégicos adaptados a mercados internacionales, aplicando técnicas de investigación de mercado y optimizando la logística y cadena de suministro global. Con un fuerte compromiso con la responsabilidad social, nuestros profesionales promoverán prácticas empresariales sostenibles, respetando la diversidad cultural y mejorando la calidad de vida a nivel global. Se fomentará el pensamiento crítico, creativo y ético, con énfasis en la igualdad, interculturalidad y derechos humanos, preparando a los estudiantes para enfrentar desafíos globales con innovación y responsabilidad. Nuestros egresados no solo serán líderes empresariales, sino también agentes de cambio que contribuyen al desarrollo económico, social y ambiental de las regiones donde operan, impulsando la transferencia de tecnología y conocimiento y promoviendo la sostenibilidad y la equidad.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Para qué te prepara

La Maestría en Negocios Internacionales te capacita para gestionar y negociar en un entorno global, desarrollando habilidades directivas, de comunicación y resolución de conflictos. Aprenderás a planificar estratégicamente, analizar mercados y gestionar relaciones comerciales internacionales. Además, podrás manejar la logística y el transporte, así como comprender los aspectos legales y financieros del comercio exterior, permitiéndote tomar decisiones informadas y efectivas.

Salidas laborales

La Maestría en Negocios Internacionales abre un amplio abanico de salidas laborales especializadas. Los graduados pueden desempeñarse como: - Directores de comercio exterior - Analistas de mercado internacional - Gestores de exportaciones e importaciones - Consultores en planificación estratégica

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

MÓDULO 1. HABILIDADES DIRECTIVAS Y NEGOCIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Barreras de la comunicación
4. La comunicación efectiva
5. Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
2. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
3. La comunicación interna de la empresa
4. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
5. La comunicación externa de la empresa
6. La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
7. Herramientas de comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RELACIONES INTERPERSONALES

1. La comunicación interpersonal
2. Filtros y Barreras de la Comunicación
3. El conflicto interpersonal
4. Cómo expresar críticas y tipos de escucha activa
5. Concepto, finalidades y modalidades de escucha activa
6. Obstáculos que se pueden presentar
7. Técnicas para mejorar esta habilidad Social

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA NEGOCIACIÓN

1. Estrategias de negociación
2. Tácticas de negociación
3. Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. La personalidad del negociador
2. Habilidades del negociador
3. Características del sujeto negociador
4. Clases de negociadores
5. La psicología en la negociación
6. Causas del Estrés Laboral

7. Síntomas del estrés laboral
8. Consecuencias del Estrés Laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DIRECTIVAS

1. Introducción a las habilidades directivas
2. Liderazgo. Habilidad personal y directiva clave
3. Enfoques en la teoría del liderazgo
4. Estilos de liderazgo
5. El papel del líder

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS

1. Introducción a las habilidades sociales
2. Asertividad
3. Empatía
4. Escucha activa
5. Autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MOTIVACIÓN DEL ENTORNO LABORAL

1. La motivación en el entorno laboral
2. Teorías sobre la motivación laboral
3. El líder motivador
4. La satisfacción laboral

MÓDULO 2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS BASES DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. Introducción a la estrategia empresarial
2. Pensamiento estratégico
3. Aspectos esenciales de la estrategia
4. Los tipos de estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Visión, misión y valores Empresariales
2. Esquema del proceso estratégico
3. Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
4. Las unidades estratégicas de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores
6. Amenaza de productos sustitutos

7. Poder de negociación de los clientes
8. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General Electric-McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA PROPUESTA

1. Generación de opciones estratégicas
2. Formulación y selección de la estrategia
3. Criterios de elección y evaluación de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO

1. Puesta en marcha de la estrategia
2. Nuevo diseño organizativo
3. Disponibilidad de recursos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LOS RECURSOS HUMANOS

1. Conceptualización
2. Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
3. La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
4. Modelos de gestión estratégica de RRHH
5. Proceso de DERRHH
6. Barreras a la DERRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN ESTRATÉGICO DE RRHH

1. Fijación de objetivos estratégicos de RRHH
2. Identificación de las estrategias de RRHH
3. Estrategias genéricas de la compañía y definición de estrategias de RRHH
4. Criterios y métodos de selección de estrategias de RRHH
5. Establecimiento y ejecución del plan estratégico de RRHH
6. El cuadro de mando de RRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLANIFICACIÓN DE LAS PLANTILLAS DE TRABAJO

1. Importancia y concepto de la planificación de recursos humanos
2. Modelos de planificación de recursos humanos
3. Análisis y descripción del puesto de trabajo
4. Objetivos de la valoración de puestos de trabajo
5. Métodos de la valoración de puestos de trabajo
6. Aplicación salarial de la valoración por puestos de trabajo

7. Planificación de carreras
8. Plan de sucesión

MÓDULO 3. NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. La compraventa internacional: aspectos de interés
2. La Lex Mercatoria
3. La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional
4. Los INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DE PAGO EN TRANSACCIONES INTERNACIONALES

1. Tipología de los medios de pago
2. Factores influyentes para la elección de la forma de pago
3. Regulación del cheque para pagos internacionales
4. Regulación de transferencias bancarias para pagos internacionales
5. Regulación de las órdenes de pago documentarias
6. Regulación de los créditos documentarios
7. Proceso de gestión de la remesa bancaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MARKETING EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. La organización de la empresa multinacional
2. Investigación comercial en el ámbito internacional
3. El riesgo de realizar inversiones en países extranjeros
4. El marketing segmentado
5. Factores incontrolables. Los entornos
6. Características de la empresa internacional con éxito
7. Misión del Marketing internacional
8. Elementos de plan de marketing internacional
9. Estrategias de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Preparación de la negociación internacional
2. Desarrollo de la negociación internacional
3. Técnicas de la negociación internacional
4. Consolidación de la negociación internacional
5. Estilos de negociación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Localización y Búsqueda de clientes/proveedores internacionales
2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización
3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores
4. Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
5. Control de clientes/proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FUNDAMENTOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. La globalización de los negocios internacionales
2. Los negocios internacionales y el mercado universal
3. Clases de negocios internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMPETITIVIDAD EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. El marco competitivo en los negocios internacionales
2. La estrategia competitiva y sus tipos
3. El diamante de Porter

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRINCIPALES OPERACIONES EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. La transferencia de mercancías y el régimen de importación
2. El régimen de exportación y sus fases principales
3. Fundamentos esenciales de los regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ENTORNO COMPETITIVO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. Concepto y fundamentos del entorno competitivo
2. Factores que inciden en el entorno competitivo del comercio internacional
3. Análisis del entorno competitivo

MÓDULO 4. MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA Y COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO

1. Procesos de planificación estratégica
2. El papel del marketing en la empresa
3. Análisis de situación y estrategias de marketing
4. La orientación al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1. Introducción
2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
2. El proceso de la cultura
3. Semejanzas y diferencias de los valores culturales
4. Factores sociológicos de consumo
5. El proceso de decisión del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO

1. Conceptualización del posicionamiento en el mercado
2. Elementos del posicionamiento
3. Estrategias de posicionamiento
4. Fases y mapas de posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal
2. El diseño del plan de marketing: principales etapas
3. La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
4. Desarrollo del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLAN DE VENTAS

1. Previsión y utilidad
2. Análisis geográfico de la zona de ventas
3. Marcar objetivos
4. Diferencia entre objetivos y previsiones
5. Cuotas de actividad
6. Cuotas de participación
7. Cuotas económicas y financieras
8. Estacionalidad
9. El plan de ventas

MÓDULO 5. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

1. Los componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SELECCIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

1. Tipología de la información de mercados
2. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa
3. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa
4. Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales
5. Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs. Marketing tradicional
2. Investigación Comercial en Marketing Digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de Marketing Digital
5. Marketing Estratégico en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCEDIMIENTOS Y RECOGIDA DE INFORMACIÓN PRIMARIA

1. Tipos de procedimiento: la entrevista en profundidad y la observación
2. Proceso de organización y ejecución en entrevistas en profundidad
3. La observación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ENCUESTA

1. Concepto y características
2. Clases de encuestas
3. Consideraciones previas a la realización de encuestas
4. Fases de ejecución de la encuesta

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CUESTIONARIO

1. Concepto y utilidad
2. Estructura del cuestionario
3. Tipos de preguntas de un cuestionario
4. Pautas para la elaboración de preguntas
5. Proceso de evaluación del cuestionario

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL MUESTREO

1. El proceso de diseño de la muestra
2. Técnicas de muestreo no probabilístico
3. Técnicas de Muestreo probabilístico

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

1. Variables a considerar en la planificación del trabajo de campo
2. El papel de los encuestadores en el desarrollo del trabajo de campo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PSICOLOGÍA DEL PUNTO DE VENTA Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

1. Principios y criterios para la distribución de la superficie de venta
2. La concepción del establecimiento
3. Gestión de recursos humanos en el punto de venta
4. Principales instrumentos de conocimiento del consumidor
5. Comportamiento del consumidor en el punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ENGAGEMENT CON EL CLIENTE Y ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

1. El ciclo de vida del cliente
2. El estudio del comportamiento de compra: ciclo de compra y consumo del cliente
3. El momento de la verdad "zeromoment of truth"
4. Estrategias de fidelización del cliente

MÓDULO 6. GESTIÓN DE LA CADENA LOGÍSTICA Y APROVISIONAMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA GESTIÓN LOGÍSTICA

1. El concepto de logística
2. La logística como fuente de ventajas competitivas
3. La logística comercial
4. Ubicación de la función logística en el organigrama de la empresa
5. La planificación logística
6. La red logística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BÚSQUEDA, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

1. La búsqueda de los proveedores
2. La selección de los proveedores
3. La evaluación de los proveedores
4. La cuantificación de las necesidades de materiales
5. Las estrategias de negociación con proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA GESTIÓN DE LAS COMPRAS

1. La función de aprovisionamiento
2. La función de compras
3. El coste de las compras
4. El control de las compras y sus indicadores
5. El periodo medio de maduración de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA GESTIÓN DE LAS EXISTENCIAS

1. La clasificación de las existencias
2. El control de los materiales
3. El cálculo de los costes de gestión de compras y de almacenamiento
4. El volumen óptimo de pedido (VOP)
5. El punto de pedido

6. El stock de seguridad y sus costes asociados
7. El cálculo del punto de pedido y del stock de seguridad cuando la demanda sigue una distribución normal

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ALMACÉN DENTRO DE LA RED LOGÍSTICA

1. El almacén
2. Funciones del almacén
3. Las zonas del almacén (lay-out)
4. Localización de almacenes
5. Indicadores de control de los almacenes

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

1. La función de transporte
2. Los modos del transporte
3. Las cláusulas incoterms
4. Los modelos de transporte
5. El problema del viajante de comercio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS COSTES LOGÍSTICOS

1. Los costes del departamento de compras
2. Los costes de almacenaje y distribución
3. Clasificación de los costes
4. La asignación de los costes a los productos

MÓDULO 7. TRANSPORTE Y FLUJO DE MERCANCÍAS A LARGA DISTANCIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA

1. Particularidades del transporte internacional
2. Operadores específicos del transporte internacional
3. Marco jurídico del transporte internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPERATIVA DEL TRANSPORTE INTERMODAL

1. Los distintos modos de transporte y sus características : carretera, ferrocarril, marítimo, fluvial, aéreo, multimodal
2. Comparativa del modo de transporte en relación a su rapidez, capacidad, seguridad, coste y tipo de mercancía
3. Aspectos técnicos del transporte: vehículos y limitaciones
4. Ordinario
5. Especial: mercancías peligrosas (MMPP), perecederas, animales vivos, consolidación y grupaje
6. Criterios de selección de modos de transporte
7. Criterios de selección de otros medios logísticos (embalaje, almacenamiento, manipulación, despacho aduanero, seguro)
8. Formas de comercialización del transporte en los diversos modos
9. Normativas reguladoras en los distintos modos de transporte

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DE OPERACIONES DE TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA

1. Métodos de planificación y distribución de cargas en transporte internacional
2. Redes e infraestructuras de transporte a nivel internacional
3. Las plataformas intermodales
4. Planificación y selección de rutas y modo/s de transporte
5. Costes en las operaciones de transporte internacional
6. Tarifas y precios según los modos de transporte
7. Interpretación de los INCOTERMS en relación a la planificación de operaciones de transporte internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DOCUMENTAL BÁSICA DE OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

1. Documentación propia de la mercancía en exportaciones e importaciones
2. Documentación de transporte según el modo
3. Documentación de protección jurídica de la mercancía
4. Documentación de tránsito de las mercancías
5. Procedimiento administrativo aduanero

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL Y SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE INTERMODAL DE MERCANCÍAS

1. Seguridad de la mercancía en el transporte intermodal: Obligaciones de la empresa transportista y los agentes implicados
2. Protección física y jurídica de la mercancía
3. Preparación de la mercancía: protección física: envases y embalajes
4. Normalización, certificación y homologación de los envases y embalajes
5. Criterios de selección de embalajes según modo de transporte
6. Unidades de carga y transporte: paletización y contenerización
7. Manipulación y estiba de mercancías
8. Etiquetado y señalización de mercancías
9. Identificación electrónica de embalajes
10. Transportes de naturaleza específica: mercancías perecederas, peligrosas, animales vivos, otros
11. Aplicaciones informáticas en la distribución espacial en la carga de mercancías
12. Gestión de incidencia o siniestro en el transporte internacional e intermodal
13. Atención de siniestros: comunicación, aportación de documentación, reclamación de daños
14. Actuaciones correctoras

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES INFORMÁTICAS EN LAS OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCANCÍAS

1. Aplicaciones de seguimiento, registro, comunicación e información sobre recorrido y situación de la mercancía: correo electrónico, Internet, sistema de información EDI, GPS, otros
2. Alimentación y mantenimiento de bases de datos en relación al servicio de transporte internacional
3. Sistemas de información y comunicación con clientes: web, correo electrónico, fax

MÓDULO 8. COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS GENERALES SOBRE ADUANAS

1. Definición del concepto de aduana y tipos de aduana
2. Valoración de las mercancías en el régimen aduanero
3. Aspectos fundamentales de la importación aduanera

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS INCOTERMS

1. Términos comerciales internacionales
2. Aspectos legales
3. Aspectos prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA DEUDA ADUANERA

1. El nacimiento de la deuda aduanera
2. Garantía de la deuda aduanera
3. Cálculo del importe de los derechos de importación o de exportación
4. Extinción de la deuda aduanera: pago, suspensión del plazo de pago, aplazamiento del pago
5. Devolución y condonación de los derechos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SISTEMA ADUANERO INTERNACIONAL Y NORMATIVA DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Concepto y función de aduanas
2. Territorio Aduanero
3. Operadores
4. Las mercancías en el régimen aduanero
5. Derecho Aduanero
6. Regímenes comerciales y administrativos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL DE MERCANCÍAS

1. Gestión de riesgos y controles aduaneros
2. La comprobación de las declaraciones aduaneras
3. Control posterior al levante
4. Conservación de datos y documentos
5. Otros controles aduaneros

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FUNCIONES DE LA ADUANA

1. La función fiscal de la aduana y la figura del arancel
2. La función penal de la aduana
3. La función social de la aduana

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REQUISITOS ADUANEROS PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS

1. Contribución de la Organización Mundial del Comercio a la disminución de los requisitos generales
2. Requisitos aduaneros de carácter general en el proceso de importación
3. Requisitos aduaneros de carácter general en el proceso de exportación

4. Tratamiento especial por la Organización Mundial del Comercio del régimen de tránsito

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REGÍMENES ADUANEROS ESPECIALES

1. Fundamentos esenciales de los regímenes especiales
2. Regímenes especiales de tránsito
3. Regímenes especiales de almacenamiento
4. Regímenes aduaneros de destinos especiales
5. Regímenes especiales de transformación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARCO DE NORMAS SAFE

1. Aspectos esenciales del marco de normas SAFE
2. La figura del operador económico en el marco de normas SAFE
3. Objetivos esenciales y principios del marco de normas SAFE
4. Beneficios de la aplicación del marco de normas SAFE
5. Principales aspectos de las normas SAFE

MÓDULO 9. ANÁLISIS FINANCIERO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LIQUIDEZ, SOLVENCIA, ENDEUDAMIENTO Y RENTABILIDAD

1. Aproximación a los conceptos de Liquidez, solvencia, endeudamiento y rentabilidad
2. Capital corriente como índice del equilibrio financiero
3. Liquidez a corto plazo
4. Solvencia
5. Endeudamiento
6. Rentabilidad
7. Ejercicio resuelto aplicación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVALUACIÓN DE RIESGO FINANCIERO

1. Concepto de riesgo y consideraciones previas
2. Tipos de riesgo
3. Condiciones del equilibrio financiero
4. El Capital corriente o fondo de rotación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPO DE INTERÉS

1. Interés Nominal
2. Interés Efectivo
3. Tasa Anual Equivalente (TAE)
4. Formas de cálculo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS

1. Concepto y Clases
2. Sistemas de Amortización
3. Formas de Cálculo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EQUIVALENCIA DE CAPITALES

1. Equivalencia de Capitales en Capitalización Simple
2. Equivalencia de Capitales en Capitalización Compuesta
3. Tantos Medios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RENTAS FINANCIERAS

1. Rentas Financieras
2. Rentas Pospagables
3. Rentas Prepagables
4. Rentas Temporales, Perpetuas y Diferidas
5. Rentas Anticipadas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA

1. Concepto y clases de inversión
2. El ciclo de un proyecto de inversión
3. Elementos de un proyecto de inversión

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANÁLISIS ECONÓMICO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

1. Métodos de valoración económica
2. Determinación de los flujos de caja
3. Criterios financieros (VAN y TIR)
4. Selección de proyecto de inversión

UNIDAD DIDÁCTICA 9. RIESGO EN EL ANÁLISIS DE INVERSIONES

1. Métodos simples del tratamiento del riesgo
2. Análisis de la sensibilidad y de los distintos escenarios
3. Decisiones secuenciales: arboles de decisión

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TIPOLOGÍA DE INVERSIONES

1. Inversión en activos fijos
2. Inversión en capital circulante (NOF)

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COSTE DEL CAPITAL

1. Coste de la deuda
2. Coste medio ponderado de capital (WACC)

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANÁLISIS DE SITUACIONES ESPECIALES

1. Alquilar o comprar
2. Proyecto de ampliación
3. Proyecto de outsourcing

MÓDULO 10. ÉTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. VISIÓN HUMANISTA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÉTICA DEL SERVICIO PÚBLICO

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RESPONSABILIDAD ÉTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ALCANCE DE LA RESPONSABILIDAD DEL PROFESIONAL

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

| | | | | | |
|-------------|---|------------------|----------------------|---|------------------|
| España |  | +34 900 831 200 | Argentina |  | 54-(11)52391339 |
| Bolivia |  | +591 50154035 | Estados Unidos |  | 1-(2)022220068 |
| Chile |  | 56-(2)25652888 | Guatemala |  | +502 22681261 |
| Colombia |  | +57 601 50885563 | Mexico |  | +52-(55)11689600 |
| Costa Rica |  | +506 40014497 | Panamá |  | +507 8355891 |
| Ecuador |  | +593 24016142 | Perú |  | +51 1 17075761 |
| El Salvador |  | +503 21130481 | República Dominicana |  | +1 8299463963 |

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!

España     
Latino America  
Reública Dominicana  

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group