



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Internacionalización de Empresas + Titulación Universitaria





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 estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminetemente 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
INTERNATIONAL 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

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

Máster en Internacionalización de Empresas + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Internacionalización de Empresas con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Derecho Internacional y Comercio Exterior con 5 Créditos Universitarios ECTS

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



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 XXXXXXXXX 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 XXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
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 Estatuto Consultivo, Categoría Superior del Consejo Económico y Social de la UNED (CCEP) (Pon. Procedimiento 1005)

Descripción

En un contexto empresarial cada vez más globalizado, la habilidad para navegar con éxito en los mercados internacionales se ha convertido en un activo imprescindible. El Master en Internacionalización de Empresas está diseñado para capacitar profesionales en el análisis riguroso de mercados, derecho y comercio exterior, así como en la planificación estratégica del marketing internacional. Ofreciendo una visión integral y práctica de todo el proceso de internacionalización, este curso explora desde el diseño de políticas de marketing hasta la gestión de operaciones de comercio internacional y financiación. Al finalizar, los participantes estarán equipados con conocimientos clave para elaborar informes de marketing, manejar riesgos y medios de cobertura, y ejecutar transacciones eficientes y seguras. Argumentos que distinguen nuestra oferta incluyen un enfoque contemporáneo e interdisciplinario que se refleja en nuestro temario y un formato online flexible que permite a los estudiantes avanzar a su propio ritmo. Decantarse por este máster significa elegir un programa que no solo responde a las exigencias actuales sino que también prepara para los retos futuros del comercio internacional.

Objetivos

Este Máster en Internacionalización de Empresas facilitará el alcance de los siguientes objetivos establecidos: - Analizar la incidencia de las variables del macro y microentorno de las empresas u organizaciones en la actividad comercial - Diseñar y planificar un Plan de Marketing Internacional. - 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. - Identificar las variables de marketing para la toma de decisiones en la internacionalización de la empresa. - Analizar las características de los productos y/o servicios de la empresa y los competidores para proponer estrategias y acciones relacionadas con la

política internacional de producto. - Analizar las variables que influyen en el precio de los productos y/o servicios en los mercados internacionales, con el objeto de diseñar la política internacional de precios adecuada a las estrategias y objetivos de la empresa. - Elaborar un informe de base, briefing, de productos/marcas para el desarrollo de un plan de marketing internacional. - Aprender a darse de alta en las diferentes redes sociales y conocer las características de cada una de ellas. - Interpretar la normativa y usos habituales que regulan las operaciones de compra y venta internacional. - Analizar los posibles medios de cobro o pago internacionales adecuados a las operaciones comerciales de mercancías, servicios o proyectos.

A quién va dirigido

El Master en Internacionalización de Empresas está diseñado para directivos, gestores de exportación, asesores comerciales y profesionales que buscan profundizar en análisis de mercados internacionales, derecho y políticas comerciales. Abarca desde la planificación de marketing hasta gestión de riesgos, medios de pago y estrategias de negociación y financiación en comercio exterior. Ideal para quienes lideran la expansión global empresarial.

Para qué te prepara

Este Master en Internacionalización de Empresas te prepara para analizar mercados globales y diseñar estrategias efectivas de comercio exterior. Aprenderás a manejar el derecho internacional, planificar y ejecutar planes de marketing internacional y desarrollar informes detallados de marketing. Te convertirás en un experto en la gestión del proceso de internacionalización de empresas, evaluación de riesgos y cobertura en operaciones de comercio. Manejarás negociaciones de compraventa internacional, medios de pago y licitaciones internacionales, además de la gestión de financiación en el ámbito global.

Salidas laborales

Con este Master Internacionalización de Empresas, ampliarás tu formación en el ámbito empresarial. Asimismo, reforzarás tu expectativas laborales en consultoras, comercio exterior, así como en marketing y logística.

TEMARIO

PARTE 1. EXPERTO EN SISTEMAS DE ANÁLISIS DE MERCADO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (SIM)

1. Definición y funciones del SIM
2. Componentes del SIM
3. Diferencias entre el SIM y la investigación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL MARKETING

1. El entorno macroeconómico
2. El entorno demográfico
3. El entorno cultural
4. El entorno político
5. El entorno legal
6. El entorno tecnológico
7. El entorno medioambiental

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL MARKETING

1. El mercado
2. Componentes del microentorno

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. GESTIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS

1. Aplicaciones informáticas para la gestión y archivo de la información de mercados
2. Bases de datos
3. Utilización de soportes informáticos para el almacenamiento de datos

PARTE 2. 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 DIDÁCTICA 7. 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 regímenes fiscales especiales

PARTE 3. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DEL PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

1. Concepto de Marketing
2. El Marketing en la Empresa
3. Marketing estratégico
4. Marketing operativo
5. Marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING EN EL COMERCIO INTERNACIONAL (I)

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 3. EL MARKETING INTERNACIONAL (II)

1. Política internacional de producto
2. Política internacional de distribución
3. Política internacional de comunicación
4. Política internacional de precio

PARTE 4. EXPERTO EN POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL: DISEÑO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. La decisión de internacionalización de la empresa
2. Etapas del proceso de internacionalización
3. Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

1. Atributos del producto
2. El ciclo de vida del producto
3. Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales
4. La cartera de productos internacionales
5. La marca
6. La política de producto en los mercados online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

1. Análisis de la variable precio como instrumento del marketing internacional
2. Estandarización/adaptación de precios internacionales
3. Factores que influyen en la determinación de precios internacionales
4. Análisis de rentabilidad
5. Estrategias de precios
6. Cotización de precios internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

1. La comunicación en el marketing: concepto y funciones
2. La publicidad
3. La promoción de ventas
4. Las relaciones públicas
5. Otras herramientas de la política de comunicación
6. Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación
7. Las ferias internacionales y las misiones comerciales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL

1. Canales de distribución
2. Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales
3. Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta
4. Las relaciones internas del canal
5. Fórmulas de entrada en los mercados internacionales
6. Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales
7. Internet como canal de distribución internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CÁLCULO DE VALORES Y TENDENCIAS DE MERCADO

1. Herramientas para el cálculo de valores estadísticos
2. Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos
3. Hojas de cálculo

PARTE 5. EXPERTO EN ELABORACIÓN DE INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
2. Análisis de la situación
3. Diagnóstico: análisis DAFO
4. Establecimiento de los objetivos de marketing
5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de acción de marketing
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
3. El control del plan de marketing
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing
2. Determinación de los objetivos de briefing
3. La elección de la estructura del briefing
4. Como realizar un briefing
5. La presentación del briefing

PARTE 6. EXPERTO EN 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 7. INFORMACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO, POLÍTICO Y JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Comercio interior, exterior e internacional
2. El sector exterior español
3. Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas
4. Organismos Internacionales
5. La integración económica regional. Principales bloques económicos
6. La Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BARRERAS Y OBSTÁCULOS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES INTERNACIONALES

1. Barreras arancelarias
2. Barreras no arancelarias
3. Medidas de defensa comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Información de comercio internacional:
2. Canales y fuentes de información en el comercio internacional:
3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional
4. Gestión de la información de comercio internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN 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
6. Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores
7. Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONDICIONES DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Operaciones de compraventa internacional
2. Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional
3. Condiciones de entrega en el comercio internacional (INCOTERMS)
4. Interpretación práctica de cada INCOTERM

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DE OFERTAS EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional
2. Oferta internacional
3. Elementos de la tarifa de precios
4. Presentación de la tarifa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE PEDIDOS Y FACTURACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Proceso documental de la operación comercial
2. Orden de pedido
3. Preparación del pedido. Lista de contenido
4. Factura proforma
5. Factura comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Aplicaciones generales, función y utilidades
2. Aplicaciones específicas: descripción, funciones y utilización

PARTE 8. EXPERTO EN NEGOCIACIÓN EN LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

1. Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales
2. Tipos de comunicación
3. Actitudes y técnicas en la comunicación
4. La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes
5. La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales
6. La comunicación escrita en el comercio internacional
7. Relaciones públicas en el comercio internacional
8. Internet como instrumento de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Regulación de la compraventa internacional
2. Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París
3. El contrato de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS CONTRATOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

1. Intermediación comercial internacional
2. Contrato de agencia
3. Contrato de distribución
4. Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior
5. Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Contrato de transferencia tecnológica
2. Contrato de Joint Venture
3. Contrato de franquicia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL

1. Vías de prevención y resolución de conflictos derivados del contrato
2. Principales organismos arbitrales
3. El procedimiento arbitral internacional

PARTE 9. EXPERTO EN MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FACTORES ECONÓMICOS Y LEGALES DE LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN OPERACIONES COMERCIALES

1. Obligaciones de las partes en la compraventa internacional
2. Condiciones de pago
3. Relación entre forma de pago y condiciones de entrega de la mercancía (INCOTERMS)
4. Regulación de los medios de pago internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LOS DOCUMENTOS E INTERVENCIÓN DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS

1. El papel de los bancos en los medios de cobro y pago
2. Tipos de documentos: emisión, cumplimentación y legalización en su caso
3. Diferentes funciones y compromisos de las entidades según medio de pago
4. Gestión de la documentación para el cobro/pago con clientes/proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SELECCIÓN DEL MEDIO DE PAGO Y COBRO INTERNACIONAL

1. Factores a considerar en la elección:
2. Motivos de la elección

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO

1. Clasificación
2. Cheque bancario
3. Orden de pago simple
4. Orden de pago documentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA REMESA EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA INTERNACIONALES

1. Concepto
2. Remesa simple
3. Remesa documentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CRÉDITO DOCUMENTARIO EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Concepto e importancia del crédito documentario
2. PARTES QUE INTERVIENEN
3. Principales tipos de crédito documentario:
4. La carta de crédito
5. Operativa del crédito documentario. Esquema de funcionamiento
6. Potenciales riesgos del crédito documentario
7. Ventajas
8. Inconvenientes
9. Coste
10. Relación entrega de la mercancía-pago
11. Las fechas en los créditos documentarios
12. Documentación requerida por la entidad financiera
13. Normativa. Reglas y Usos Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. AVALES Y GARANTÍAS EN OPERACIONES DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Garantías bancarias: Concepto
2. Clasificación atendiendo a su objeto
3. Clasificación atendiendo a la naturaleza de compromiso del garante
4. Reglas Uniformes de la Cámara de Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 8. UTILIZACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO

1. Legislación sobre comercio electrónico
2. Tipos de pagos y cobros en internet
3. Sistemas de intercambio de datos en las operaciones internacionales

PARTE 10. EXPERTO EN LICITACIONES INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCURSOS Y PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Organismos Multilaterales e Instituciones Financieras Multilaterales
2. Tipos de licitaciones
3. Principios de la licitación pública internacional
4. Beneficios de la participación en licitaciones
5. Licitaciones para contratos de
6. Relación jurídica entre licitador, entidad financiera y organismo financiador
7. Fuentes de información sobre licitaciones internacionales
8. Garantías exigidas en los procesos de licitación y ejecución de los proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Detección y localización de licitaciones de interés
2. Valoración de la licitación
3. Estrategia de preparación de la propuesta
4. Estudio de viabilidad de la propuesta técnica y la propuesta financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE OFERTAS A PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Pliego de condiciones: documentación y requisitos habituales
2. Preparación de la documentación del concurso
3. Seguimiento de las ofertas consolidadas

PARTE 11. EXPERTO EN GESTIÓN DE OPERACIONES DE FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASPECTOS BÁSICOS DEL SISTEMA FINANCIERO Y DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS

1. Definición y funciones del sistema financiero
2. Los mercados financieros
3. Los activos financieros
4. Análisis de la Unión Económica y Monetaria de la Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPERACIONES Y CÁLCULO FINANCIERO

1. Equivalencia financiera de capitales: leyes financieras de capitalización y descuento
2. Capitalización simple y capitalización compuesta
3. Cálculo de: Tasa Anual Equivalente (TAE), Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rendimiento (TIR)
4. Rentas financieras: concepto, elementos que intervienen, valor actual y valor final de aplicación
5. Aplicaciones informáticas de gestión financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INSTRUMENTOS DE FINANCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Tipos de Instrumentos: diferencias y similitudes
2. Sistemas de amortización de los préstamos
3. Crédito

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE EXPORTACIÓN

1. Créditos de pre-financiación
2. Créditos de post-financiación: financiación del aplazamiento del pago
3. Financiación de las exportaciones facturadas y financiadas en moneda doméstica
4. Financiación de las exportaciones facturadas en moneda doméstica y financiadas en divisa
5. Financiación de las exportaciones facturadas en divisa y financiadas en moneda doméstica
6. Financiación de las exportaciones facturadas y financiadas en divisas
7. Documentación
8. Búsqueda de información sobre financiación de exportaciones: fuentes físicas e informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN

1. Financiación de las importaciones facturadas y financiadas en moneda doméstica
2. Financiación de las importaciones facturadas en moneda doméstica y financiadas en divisa
3. Financiación de las importaciones facturadas en divisa y financiadas en moneda doméstica
4. Financiación de las importaciones facturadas y financiadas en divisas
5. Documentación
6. Búsqueda de información sobre financiación de importaciones: fuentes físicas e informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. OTRAS FORMAS DE FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Factoring
2. Forfaiting
3. Operaciones de compensación
4. Financiación de operaciones triangulares

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL CON APOYO OFICIAL

1. Programas de apoyo a la internacionalización
2. Programas de apoyo a las inversiones exteriores
3. El Crédito Oficial a la Exportación
4. Apoyo financiero oficial de las Administraciones autonómicas y locales
5. Cámaras de Comercio: Plan Cameral. Comités de cooperación empresarial

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!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group