

Máster Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

MASTER
BONIFICABLE

MIB Executive



ESNI
Business School

*Formando a Especialistas
en Comercio Exterior y Negocios Internacionales*

www.esni.es

www.comercioexterior-online.es

Máster Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

MIB Executive

Los programas Máster en Comercio Exterior y Marketing Internacional están diseñados para la adquisición de conocimientos específicos de las técnicas de comercio exterior y el marketing internacional, capacitando a los alumnos para desarrollar con éxito la planificación, gestión y operativa de los procesos de internacionalización de las empresas y organizaciones.

La participación en un programa Máster aporta, entre otros valores, tres aspectos fundamentales: Un cambio en las actitudes desarrolladas hasta ese momento, la adquisición de conocimientos estructurados en disciplinas que se han adquirido mediante la práctica profesional cotidiana y también una mejora de las relaciones interpersonales.

¿Por qué un máster de dirección en comercio exterior y marketing internacional?

La actividad internacional en el mundo empresarial ha dejado de ser una oportunidad para la producción excedente. Ni tan siquiera es sólo un reto, sino que se ha convertido en una necesidad fundamental para las organizaciones, incluso de supervivencia.

La necesidad de crecer, de diversificar mercados y la competencia internacional que se adentra en nuestros mercados "obliga" a las empresas a salir a vender a otros países, exportar e implantarse en el exterior.

Por estas razones, las empresas demandan profesionales en comercio exterior y negocios internacionales que sea capaces de afrontar con éxito el nuevo entorno, en constante cambio. Estos responsables de mercados exteriores deben tener una excelente preparación práctica y conocimientos profundos para afrontar con éxito tales retos estratégicos.

Beneficios para el participante

La participación en un programa Máster aporta, entre otros valores, tres aspectos fundamentales: un cambio en las actitudes desarrolladas hasta ese momento; la adquisición de conocimientos estructurados en disciplinas que se han adquirido mediante la práctica profesional cotidiana; y también una mejora de las relaciones interpersonales.

El aprendizaje que se obtiene genera nuevos hábitos que cada alumno irá incorporando a su vida profesional y a su vida personal. Realizar un programa de este tipo mejorará el conjunto de habilidades personales que facilitarán una mejor integración y posicionamiento en la organización en la que se trabaja.

Otro aspecto a abordar es que a lo largo del programa el participante adquiere conocimientos en disciplinas hasta ese momento desconocidas pero que en su trayectoria profesional ha visto en su entorno (finanzas, derecho, recursos humanos, marketing, logística, etc.) y se hace necesario obtener una base teórico-práctica importante y desde un enfoque diferente al estudiado hasta ahora, más próximo a la realidad empresarial y en el que la participación, la exposición de las ideas, el contraste y el debate con las ideas de los demás participantes provenientes de otras disciplinas, experiencias y culturas le permitirán adquirir unos criterios y una metodología para diseñar nuevas formas de participación en la empresa.

Objetivos del curso

Formar a Especialistas en Comercio Exterior y Negocios Internacionales:

Formar directivos con especial excelencia en los negocios internacionales, que desarrollen la nueva estrategia de la empresa, ofreciendo una visión global, multidisciplinar y eminentemente práctica del proceso de internacionalización de la empresa.

El participante recibe una formación específica en las áreas comercial, financiera, legal, recursos humanos y comercio electrónico y desarrolla una mejora en sus habilidades de comunicación y negociación obteniendo también una visión en tiempo real de la situación económica, política y social de las áreas del mundo en la que trabaja o puede trabajar.

Por último obtiene habilidades y destrezas para la toma de decisiones a través de los conocimientos proporcionados en el área de dirección general.

Metodología

- Enfoque eminentemente práctico
- Participación activa de los alumnos en clase
- Utilización del método del caso
- Trabajos en equipo
- Apoyo del Campus ESNI

Campus Virtual

Los programas presenciales utilizan el campus virtual, el Aula Global, como espacio de continuidad entre las sesiones presenciales. El campus, como entorno virtual de aprendizaje, ofrece múltiples recursos para facilitar la comunicación, el acceso a la información y la entrega de actividades.

El Aula Global del programa será el espacio donde los participantes encontrarán la documentación de las asignaturas, donde podrán consultar las actividades a realizar y hacer la entrega online, consultar las calificaciones y acceder a los calendarios del programa. Asimismo, el Aula Global permite acceder a diferentes espacios de comunicación.

El Aula Global será el espacio donde acceder a toda la información relevante para el seguimiento del programa.

Dirigido a

Empresarios, directivos, licenciados y profesionales que desarrollan su actividad en el ámbito internacional de la empresa y desean adquirir una formación con especial excelencia en los negocios internacionales.

En todos los casos se deberá acreditar una experiencia profesional mínima de dos años en actividades de carácter internacional.

Los participantes en el programa M.I.B (Executive) son personas con una clara vocación internacional, experiencia en la empresa en los campos o funciones relacionados con la actividad exterior, una amplia formación cultural y unas condiciones humanas que favorezcan la integración en el grupo, el trabajo en equipo y el establecimiento de relaciones.

Teniendo en cuenta la metodología con la que se imparte el programa es necesario también un elevado espíritu de participación y un afán de superación para alcanzar la excelencia necesaria para dirigir los negocios internacionales de la empresa.

Programa

1. La expansión internacional de la empresa.

1. Alternativas de expansión para la empresa local.
2. Ventajas de la internacionalización.
3. Etapas del proceso de expansión internacional.
4. La empresa multinacional.

2. El entorno económico de los negocios internacionales.

1. Los mercados y la Globalización.
2. La Competitividad y el Comercio.
3. Globalización Financiera.
4. Intervención de las Instituciones.
5. Movimientos de Factores: Capital y Trabajo.
6. El Comercio y la Empresa: la empresa nacional e internacional.
7. Las empresas Multinacionales y el Comercio.
8. Instrumentos del Comercio Exterior.
9. Sectores concretos y sus Mercados.

Máster Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

MIB Executive

3. Logística internacional de la distribución.

1. La logística en la empresa.
2. Modelos de distribución comercial.
3. El concepto de M.R.P..
4. La gestión de los stocks en el sector comercial.
5. Organización y gestión de almacenes
6. El control de costes en logística.

4. Control de gestión y costes.

Introducción a la contabilidad y a las finanzas.

1. Qué es la contabilidad y qué son las finanzas
2. Dimensión económico-financiera de una empresa.
3. La tesorería. Importancia. Estado de flujos de tesorería. Flujo de caja financiero.
4. Balance de situación. Componentes y ordenación. Criterios de valoración de activos y pasivos. La contabilización de operaciones.
5. Cuenta de resultados. Pagos, gastos e inversiones. Estructura y ordenación. Relación entre Balance de Situación y Cuentas de resultados.
6. Flujo de caja económico y Estado del valor añadido.

Gestión de costes

1. Contabilidad financiera (externa) y de gestión (interna)
2. Contabilidad de costes. Tipos de costes.
3. Sistema de contabilidad de costes. Costes directos, costes variables, costes parciales y costes completos.
4. Sistema de las secciones homogéneas por proceso y pedido.
5. Cálculo de los costes unitarios, costes de proceso y pedido.
6. Costes estándar.

5. Aspectos legales del negocio internacional.

1. El marco jurídico de la contratación internacional.
2. Compraventa internacional de empresas. Fases del proceso.
3. Joint-venture internacional.
4. El contrato de agencia y distribución internacional.
5. El contrato de franquicia y el contrato de transferencia de tecnología.
6. Contratos relativos a la propiedad industrial.
7. Derecho de la competencia.

6. Estrategia financiera internacional.

1. Análisis económico-financiero.
2. Análisis de proyectos de inversión.
3. Riesgo país
4. Opciones y futuro.
5. Control de cambios e inversiones exteriores.
6. Financiación de las operaciones de comercio exterior.

7. Planificación fiscal internacional.

1. Introducción a la fiscalidad internacional.
2. La doble imposición
3. Convenios de doble imposición.
4. Precios de transferencia
5. Las ETVE como medio de Planificación Fiscal Internacional

8. Dirección internacional.

1. Habilidades Directivas en la Empresa Internacional.
 - 1.1. Bases para la Dirección de personas en la empresa internacional.
 - 1.2. Liderazgo personal como punto de partida.
 - 1.3. El liderazgo interpersonal: la gestión de relaciones en la empresa internacional.
2. Habilidades Directivas en la Empresa Internacional.
 - 2.1. Marco de definición básico.
 - 2.2. Definición del ámbito de proyecto.
 - 2.3. Procesos de la dirección de proyectos.
 - 2.4. Liderazgo y Dirección de personas.
 - 2.5. La gestión del día a día.
 - 2.6. Finalización de proyecto.

9. Sistemas de información para la Dirección internacional.

1. Concepto y definiciones. Indicadores y cuadro de mando.
2. Definición de la estrategia. Factores críticos de éxito. Definición del cuadro.
3. Despliegue de la estrategia. Definición del mapa de procesos de la compañía.
4. Vinculación de los indicadores estratégicos del Mapa de Procesos.

10. Marketing internacional y plan de internacionalización.

1. Análisis de los entornos internacional y propio.
2. Investigación y selección de mercados exteriores.
3. Estrategias de entrada en los mercados internacionales.
4. Política internacional de producto.
5. Política internacional de precio.
6. Política internacional de distribución comercial.
7. Política internacional de comunicación.
8. Estructura del plan de internacionalización. Fases.
9. Investigación de mercados exteriores en Internet.
10. Aplicación, organización y control del marketing internacional.

11. Comunicación para la empresa internacional.

1. La comunicación corporativa. La campaña de comunicación.
2. El plan de comunicación.
3. Presentaciones efectivas. Cómo hablar en público. Control de ansiedades.
4. Comunicación externa. Relaciones con los medios.
5. Comunicación interna. Principios y herramientas.

12. Relaciones internacionales.

1. El mundo tras la gran crisis. De la falta de liquidez al exceso de deuda.
2. Un mundo en cambio. El poder creciente de los emergentes. La reforma pendiente de los organismos mundiales.
3. El dilema europeo. Entre más ampliación y la cohesión.
4. EEUU, de la crisis a la recuperación del liderazgo perdido.
5. América Latina. De la década perdida a la globalización de las izquierdas.
6. Asia. El auge chino e indio, la crisis del modelo japonés y el proyecto ASEAN.
7. El mundo árabe. Su heterogeneidad. El relevo de las viejas generaciones. El reformismo que no llega.
8. África. La creciente presencia asiática. El crecimiento de las materias primas. El modelo sudafricano.

13. Estrategia negociadora internacional.

1. Metodología: establecer un sistema para la toma de decisiones e influir en las decisiones de otros.
2. Actividad: establecer un sistema para la búsqueda de información adecuada para que la negociación avance con verdadera tomas de decisiones.
3. Comportamiento: tener claras cuáles son los comportamientos claves que se pueden se deben controlar a fin de negociar con profesionales.

14. Gestión de conflictos.

Los equipos multiculturales suelen ofrecer una serie de ventajas en los negocios internacionales, incluyendo: conocimiento de diversos mercados, servicio al cliente tomando en cuenta las diferencias culturales, etc. A veces, dichas ventajas se ven acompañadas por algunos problemas que surgen de esas diferencias culturales.

Se estudia el planteamiento de situaciones que se dan en el día a día en las relaciones con proveedores y clientes de las diferentes áreas geográficas que implican el tener una estrecha relación con el resto de departamentos de la empresa para poder solucionar las necesidades planteadas por los interlocutores.

- África
- América
- Asia
- Europa
- Mundo Árabe

Máster Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

MIB Executive

15. Tecnología de la información

1. El impacto de Internet en la cadena valor de la empresa.
2. Modelos de presencia y modelos de negocio.
3. Comercio electrónico en la empresa.
4. La web como herramienta de marketing.
5. El plan estratégico TIC en la empresa.

16. Proyecto máster.

Consiste en un trabajo de aplicación a la actividad internacional en un entorno multicultural con posibilidad de viajar al país objeto del proyecto máster,

Máster Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

MIB Executive

Título

Los participantes que hayan superado el programa según los requisitos académicos establecidos (80% de asistencia, controles parciales por materia, examen final y evaluación del proyecto final), obtendrán el **Máster en Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional M.I.B (Executive)** otorgado por ESNI Business School.

Menciones especiales

ESNI Business School premia el esfuerzo de sus alumnos con dos Menciones Especiales:

- La otorgada al alumno mejor valorado cualitativa y cuantitativamente por el Claustro de Profesores y la Dirección del curso de ESNI.
- Por otro lado, ESNI Business School también otorga una Mención Especial al Mejor Proyecto Fin de Curso. Para ello, se valora la originalidad del trabajo, la dedicación, la presentación y por supuesto la posible aplicación en la vida real del Proyecto Fin de Curso.

Proceso de admisión

El alumno deberá remitir la documentación solicitada por correo electrónico a admisiones@esni.es

La Comisión de Admisión toma la decisión final en el plazo aproximado de siete días, desde el momento en que la solicitud está completa.

Cuando la Comisión de Admisión admite a un candidato, éste recibe una credencial de admisión acompañada de las instrucciones con los trámites a realizar para formalizar la matrícula.

Dicha reserva deberá realizarse durante los 15 días siguientes a la recepción de la credencial de admisión o en la fecha indicada en la misma. En caso de no efectuar dicha reserva en el plazo previsto, ESNI Business School se reserva el derecho de adjudicar dicha plaza a otros candidatos sucesivos. El abono de la reserva fuera de plazo sólo se admite en el caso de que los estudios solicitados dispongan de plazas vacantes.

- Hoja de solicitud de admisión
- Carta de presentación de motivos por los cuales se quiere realizar el programa.
- Currículum Vitae
- Fotocopia de los títulos/diplomas
- 2 fotografías tamaño carnet
- Fotocopia DNI o pasaporte

Director del curso

D. Alberto Rino. Director de programas de ESNI Business School.

Socio Consultor de Mercado-Exterior y Educatio Humanum.

Consultor y Formador en Comercio Exterior. 27 años de experiencia.

Diplomado en Ciencias Empresariales por la UB.

Postgrado y Master en Comercio Exterior por el CEDEIN (Centro de Economía Internacional).

Diplomado en Dirección de Marketing por EAE (Escuela de Administración de Empresas).

rino@esni.es

Máster Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

MIB Executive

Tutoría

Desde el inicio del curso el alumno podrá acceder al servicio de tutorías para consultar y organizar el estudio bajo el asesoramiento de profesionales de la materia.

Los objetivos de los tutores son:

Motivar y promover el interés de los alumnos en el estudio del curso

Guiar y/o reorientar al alumno en el proceso de aprendizaje atendiendo a sus dudas o dificultades, ampliando su información.

Evaluar el proceso de aprendizaje.

La función tutorial, es ejercida de manera individualizada, para ayudar a cada alumno en sus dudas o dificultades.

Las tutorías del Curso puede efectuarlas a través del Campus Extens y entrevista personal.

Itinerario formativo

Una vez concluido el Máster en Dirección de Comercio Exterior y Marketing Internacional, el alumno puede seguir su itinerario formativo accediendo a:

- Máster en Negocios Internacionales con Países Musulmanes (MIB Executive).
- Máster en Negocios Internacionales con Países Emergentes (MIB Executive).
- Máster en Negocios Internacionales con Países Asiáticos (MIB Executive).

Duración

El Máster Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional (MIB Executive) contempla la realización de 60 créditos ECTS*.

Disponible también en la modalidad on-line con test y casos prácticos.

* European Credit Transfer System. Un crédito ECTS equivale a una dedicación total aproximada de 25 horas por parte del participante, incluyendo horas lectivas y trabajo personal.

Formación bonificable

El importe de este Máster puede ser totalmente bonificable por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo.

Periodo lectivo

De octubre a julio

Sesiones

Las horas presenciales se realizan en cuatro sesiones de 5 horas cada una Viernes de 16:15 a 21:45 horas.