

# Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

Máster Comercio Internacional *(modalidad on-line)*



**ESNI Online**  
Business School

*Formando a Especialistas  
en Comercio Exterior y Negocios Internacionales*

[www.esni.com](http://www.esni.com)

[www.cursoscomercioexterior-online.es](http://www.cursoscomercioexterior-online.es)

# Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

*Máster Comercio Internacional*

## **Método de aprendizaje en la modalidad on-line**

El Método de Aprendizaje de ESNI Online Business School se basa en un Material Didáctico elaborado por expertos en formación a distancia, que se complementa con la figura de tu profesor quien realizará un seguimiento personalizado de tus progresos y con un Campus Virtual en Internet, punto de encuentro con tu centro y otros alumnos de Online Business School de ESNI. Y durante toda tu estancia en ESNI Online Business School, el Servicio de Orientación estará a tu lado para que puedas sacar todo el provecho a tu curso y a los servicios del centro.

En el momento que decides informarte acerca de la oferta formativa de ESNI Online Business School, empieza todo un proceso de asesoramiento orientado a que puedas completar tu aprendizaje y orientar tu futuro de la forma más adecuada, algo que tiene como principal objetivo incrementar tus posibilidades y oportunidades ante el mundo laboral actual.

## **Campus virtual**

El entorno donde los elementos confluyen y entran en relación es el Campus ESNI Online Business School. En efecto, en el Campus tiene lugar la vida de toda la comunidad universitaria, formada por los estudiantes, profesores, investigadores, colaboradores, y administradores. Es a través del Campus que el estudiante tiene acceso a las aulas virtuales, que son los espacios de aprendizaje donde encontrará a los profesores, a los compañeros, los contenidos, las actividades y las herramientas comunicativas necesarias para estudiar y aprender.

El Campus ESNI Online Business School se convierte en un espacio de comunicación virtual en el que estarás en constante contacto con tu profesor personal y el resto de los alumnos y en el que podrás consultar bibliografía y artículos de interés para complementar tu desarrollo.

Entre los servicios que ofrece el Campus destacan:

1. Dentro del Campus Online, los alumnos podrán ponerse en contacto con su profesor, a través del apartado "Consultas al profesor", para resolver todas las dudas o inquietudes que tengan respecto al curso.
2. Todos los alumnos disponen de la sección "Expediente Académico", donde se encuentran todas las pruebas de evaluación realizadas, para así poder realizar un seguimiento del progreso a lo largo del curso.
3. El Campus dispone de un acceso a las pruebas de evaluación de manera cómoda y rápida. Se podrá comprobar el progreso, obtener correcciones y comentarios del profesor personal.
4. También, disponen del acceso a la Biblioteca, donde se halla material relacionado y enlaces de interés y actualidad, que complementan el temario del curso.
5. Disponen de un foro donde opinar con otros alumnos sobre temas relacionados con la temática del curso. Además por ser alumno del centro, éste gozará de descuentos que se encuentran recogidos en un micro-site integrado dentro del Campus.
6. Para temas administrativos como la petición de facturas, consulta de cuotas, modificación de datos, etc., existe un apartado de "Consultas a Secretaría". Y por si el alumno tiene problemas técnicos, no debe preocuparse ya que puede acceder a un Servicio Técnico que le solucionará de forma eficiente los problemas planteados.

El Campus también sirve al centro como elemento de control del desarrollo de los alumnos, ya que nos da la posibilidad de supervisar sus progresos y apoyarles en todo momento. También nos permite conocer más a fondo las diferentes preferencias de cada alumno con el fin de personalizar aún más el servicio y su seguimiento académico.

## Evaluación

La evaluación se convierte en una estrategia perfectamente integrada dentro del proceso de aprendizaje, en el sentido de que se concibe como un mecanismo para aprender y retroalimentar dicho proceso. Por eso decimos que la evaluación en ESNI Online Business School es continua y formativa. En este sentido, las actividades de evaluación promueven la consecución de los objetivos de aprendizaje y la adquisición de las competencias. Así, el estudiante va evaluándose al mismo tiempo que realiza su actividad y adquiere sus competencias.

El modelo está orientado hacia la participación y la construcción colectiva de conocimiento desde un planteamiento interdisciplinario y abierto a la experiencia formativa, social y laboral de los estudiantes. Apuesta por un aprendizaje colaborativo a través de metodologías que impliquen la resolución de problemas, la participación en el desarrollo de proyectos, la creación conjunta de productos, la discusión y la indagación.

El estudiante está acompañado, en todo momento, por profesorado especializado entre cuyas funciones principales se cuentan la guía, la orientación, el apoyo y la dinamización de todo su proceso educativo.

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.

# Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

*Máster Comercio Internacional*

## **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.

Los participantes en el programa M.C.I. 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. Entorno internacional.**

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.

### **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

## **8. Dirección internacional.**

1. Análisis de los hechos, previsión y diagnóstico.
2. Políticas, objetivos y estrategias.
3. Dirección de personal y problemas humanos.
4. Gestión de competencia profesionales.
5. Trabajo personal y ética del dirigente.

## **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.

# Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

*Máster Comercio Internacional*

## **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

## **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.

## Título

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

## Menciones especiales

ESNI Online Business School también otorga una Mención Especial al Mejor Proyecto Máster. Para ello, se valora la originalidad del trabajo, la dedicación, la presentación y por supuesto la posible aplicación en la vida real del Proyecto Máster.

## Proceso de admisión

El alumno deberá remitir la solicitud de admisión.

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
- 2 fotografías tamaño carnet
- Fotocopia DNI o pasaporte

## Director del curso

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

Consultor y Formador en Comercio Exterior. 26 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

# Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional

*Máster Comercio Internacional*

## **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 Curso Técnico Administrativo de Exportación, el alumno puede seguir su itinerario formativo accediendo a:

- Programas de Especialización de las diferentes áreas técnicas del comercio exterior.

## **Duración**

El Máster Dirección en Comercio Exterior y Marketing Internacional contempla la realización de 60 créditos ECTS en un tiempo máximo de 22 meses.

***La matrícula al Máster está abierta todo el año***