

## MASTER COMERCIO INTERNACIONAL

Este curso aporta al alumno una visión estratégica del funcionamiento del comercio exterior en las economías globalizadas. A través del mismo alcanzará los conocimientos y capacidades necesarias para afrontar desde un proceso de internacionalización hasta la gestión de un departamento internacional.

El curso consta de siete módulos didácticos divididos por asignaturas o áreas de trabajo y el diseño de un proyecto real de internacionalización. Todo ello acompañado por los tutores que les guiarán y formaran durante el proceso. Para ello, además de los canales de comunicación de la plataforma y los recursos que les ofrecemos, hemos dispuesto sesiones de conferencias en streaming y sesiones de chat en directo, en las que los alumnos podrán realizar las consultas pertinentes y aclarar cualquier duda sobre la materia o enfoque concreto del proyecto.

### **Ficha del curso**

480 horas de estudio estimadas

7 asignaturas

Proyecto de internacionalización transversal

### **Incluye por asignatura**

Guía del alumno

Temarios completos de 7 asignaturas y del proyecto

Ejercicios y casos prácticos

Enlaces web recomendados

Videos recomendados

Bibliografía recomendada

Material adicional (libros y manuales digitales)

### **Dinamización y tutorización**

8 horas de chat en vivo (1h/asignatura + proyecto)

8 sesiones presenciales en streaming (1/asignatura + proyecto)

7 exámenes auto-evaluables (1/asignatura)

7 ejercicios/casos prácticos y su corrección por el profesor (1/asignatura)

Tutorización de 7 entregables prácticos para la confección del proyecto

Tutorización y corrección del proyecto final

Foros de consulta al profesor (compromiso de respuesta antes de 24 horas)

Foros de debate de temas de actualidad relacionados con cada asignatura

# 1ª asignatura

# INICIACIÓN AL COMERCIO

# EXTERIOR

## TEMA 1

Desarrollo de la estrategia de internacionalización

- 1.1. Introducción
- 1.2. La estrategia de internacionalización

## TEMA 2

Análisis de la empresa

- 2.1. Análisis de la empresa
- 2.2. La cadena de valor de la empresa
- 2.3. Análisis de la cartera de productos / servicios

## TEMA 3

Análisis y elección del mercado

- 3.1. Análisis del entorno global
- 3.2. Análisis del mercado del sector de actividad
- 3.3. Identificación, preselección y elección de mercados potenciales en el entorno globalizado

## TEMA 4

Síntesis: Plan estratégico de internacionalización

- 4.1. Plan estratégico de internacionalización: esquema básico
- 4.2. Síntesis y edición del Plan estratégico de internacionalización

## OBJETIVOS

### Objetivos del Tema 1

Explicar la aplicación del método de planificación estratégica al proceso de internacionalización.

Identificar los pilares estratégicos de la internacionalización.

Presentar el esquema del proceso de planificación estratégica.

Definir el marco de actuación del proceso de reflexión estratégica de internacionalización.

### Objetivos del Tema 2

Presentar las actividades de la empresa según los cuatro procesos de gestión: proceso cliente-mercado, procesos internos, proceso económico-financiero, proceso aprendizaje y desarrollo.

Auto identificación de las debilidades y fortalezas de la gestión interna por procesos.

Introducir conceptos complementarios de análisis estratégico como la cadena de valor y el análisis de la cartera de productos / servicios de la empresa.

Identificar los factores críticos de éxito (FCE) de internacionalización internos

### **Objetivos del Tema 3**

Análisis del entorno global y del mercado.

Identificación de las amenazas y oportunidades del análisis del mercado y del entorno.

Presentar instrumentos de análisis de la estructura competitiva del sector de actividad.

### **Objetivos del Tema 4**

Presentar de forma resumida la información de salida generada con la herramienta de gestión para la internacionalización, incorporable al plan estratégico de internacionalización.

Sugerir esquemas de edición y archivo de la información y documentación generada.

Plantear la importancia de la comunicación interna y externa en relación con el proceso de reflexión estratégica de internacionalización.

Definir las acciones del plan de trabajo enfocado a la implantación del plan estratégico de internacionalización.

## **2ª asignatura**

# **LOGÍSTICA**

# **INTERNACIONAL**

# **INCOTERMS 2010**

## **TEMA 1**

Introducción a la logística internacional

1.1. Introducción a la logística internacional

1.2. La cadena logística, operadores y “hubs” o plataformas logísticas

1.3. La logística inversa

## **TEMA 2**

Los Incoterms 2010

2.1. Introducción a los Incoterms 2010

2.2. Aspectos esenciales de los Incoterms 2010

2.3. Los Incoterms en la práctica diaria del comercio internacional

2.4. Los Incoterms y el Mercado Único

## **TEMA 3**

El transporte internacional: Concepto y preparación

3.1. El transporte como eslabón de la cadena logística internacional

3.2. Clasificación del transporte

3.3. Personas y operadores que intervienen en los procesos de transporte

3.3.1. Transporte marítimo

3.3.2. Transporte por carretera

3.3.3. Transporte ferroviario

3.3.4. Transporte aéreo

3.3.5. Transporte multimodal

3.3.6. Transporte general

## **OBJETIVOS**

### **Objetivos del Tema 1**

- Aportar una visión estratégica de la logística y el transporte internacional.
- Identificar cómo funcionan y se concentran los principales centros de operaciones logísticas.
- Presentar el esquema de procesos del transporte internacional.
- Definir los conceptos de logística y distribución física internacional.

### **Objetivos del Tema 2**

- Conocer la importancia de los Incoterms dentro de la logística.
- Identificar los términos de los Incoterms y las características específicas de cada uno de ellos.
- Conocer las fases, responsabilidades y obligaciones durante las operaciones de transporte internacional.

### **Objetivos del Tema 3**

- Identificar los diferentes medios de transporte y sus clasificaciones.
- Saber escoger los medios de transporte más adecuados en función de la tipología de la carga
- Conocer todas las figuras que intervienen en los procesos de transporte y el papel de cada una de ellas.

## **3ª asignatura**

# **MARKETING INTERNACIONAL**

### **TEMA 1**

Introducción al Marketing Internacional  
Teorías explicativas del comercio internacional  
La Organización Mundial de Comercio  
Estructura de la Organización mundial del Comercio  
La Evolución del Comercio Internacional  
La Selección de Mercados  
La Segmentación del Mercado

### **TEMA 2**

Estrategias de Marketing Internacional  
2.1. Factores que favorecen la adaptación  
2.2. Estrategias Competitivas  
2.3. La Empresa Internacional

### TEMA 3

#### El Acceso a los Mercados Internacionales

- 3.1. Formas de Acceso al Mercado Internacional
- 3.2. Distribuidores Ajenos
- 3.3. Selección de Distribuidores Ajenos
- 3.4. Filial Comercial
- 3.5. Exportación mediante Cooperación
- 3.6. Selección de Formas de Entrada

### TEMA 4

#### El Plan de Marketing Internacional

- 4.1. Elementos del Plan de Marketing Internacional
- 4.2. El Producto en el Mix Internacional
- 4.3. Planificación y Desarrollo de Productos
- 4.4. Etapas del Lanzamiento de nuevos Productos
- 4.5. Gestión del Precio Internacional
- 4.6. Estrategias Internacionales de Precios
- 4.7. Precios Estandarizados o Adaptados

### OBJETIVOS

Comprender el concepto de marketing internacional

Aprender a definir los objetivos de la organización

Identificar y valorar las posibles barreras a la internacionalización

Aprender a elaborar un plan de marketing internacional

Saber interpretar un análisis DAFO

Dotar al alumno de las herramientas necesarias para realizar exitosamente un plan de marketing

Conocer los tipos de estrategias del marketing internacional.

Identificar las estrategias más adecuadas con la empresa/contexto

Conocer, distinguir y aprender a priorizar una estrategia en función del mercado

### 4ª asignatura

## CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

### TEMA 1

#### Los contratos en general

¿Qué es un contrato?

1.2. La necesidad de hacer un contrato en una relación comercial

1.3. Normativa general aplicable a los contratos que se realizan en el comercio internacional

1.4. El contenido del contrato

1.5. Otros temas que deberían tomarse en consideración aparte de las cláusulas tipo

## TEMA 2

Algunos de los contratos más empleados en el comercio internacional

- 2.1. El contrato de compraventa
- 2.2. Otras cláusulas hay que tener en cuenta en un contrato de compraventa
  - 2.2.1. Cantidades / Calidades
  - 2.2.2. Plazos para la realización de la venta
  - 2.2.3. Incoterms
  - 2.2.4. Formas de pago y de cobro
- 2.3. El contrato de distribución
  - 2.3.1. Asignación de territorio
  - 2.3.2. Exclusividad
  - 2.3.3. Pedidos mínimos de productos
  - 2.3.4. Garantías
  - 2.3.5. Informes de ventas y de objetivos
  - 2.3.6. Forma de entrega (Incoterms) y de pago
  - 2.3.7. Manejo de la propiedad intelectual
- 2.4. El contrato de agente intermediario
  - 2.4.1. Gestión de pedidos
  - 2.4.2. Comisión
  - 2.4.3. Objetivos
  - 2.4.4. Indemnización por terminación de la relación
  - 2.4.5. Materiales promocionales
- 2.5. El contrato de licencia
  - 2.5.1. Propiedad intelectual
  - 2.5.2. Know how
  - 2.5.3. Listado de productos
  - 2.5.4. Cantidad / Porcentaje de comisiones

## TEMA 3

Recomendaciones prácticas para gestionar sus contratos comerciales

- 3.1. Preparación detallada de una agenda comercial
- 3.2. Presentación de propuestas documentales
- 3.3. Saber pedir tiempo en caso de presentar propuestas
- 3.4. Anticipar varios resultados posibles
- 3.5. Saber presionar, saber conceder
- 3.6. Reconocer las diferencias culturales de nuestra contraparte
- 3.7. Investigar ante todo

## TEMA 4

Arbitraje internacional

- 4.1. Introducción al arbitraje internacional
- 4.2. Ventajas e inconvenientes
- 4.3. Instituciones de arbitraje
- 4.4. Laudos

## **OBJETIVOS**

Objetivos del Tema 1

- Aportar una visión estratégica sobre los contratos internacionales.
- Identificar cuáles son las partes fundamentales de un contrato internacional.

- Presentar el esquema de un contrato e identificar la funcionalidad de sus partes.

#### Objetivos del Tema 2

- Conocer los tipos de contratos más usados en el comercio internacional.
- Identificar las partes específicas en cada uno de los tipos de contratos internacionales.
- Conocer, distinguir y aprender a seleccionar entre los diferentes tipos de contratos.

#### Objetivos del Tema 3

- Introducir al alumno en la práctica de la elaboración de un contrato internacional.
- Que el alumno aprenda a gestionar la contratación internacional en todas sus fases.
- Dotar al alumno de las herramientas necesarias para realizar exitosamente un contrato.

#### Objetivos del Tema 4

- Dar a conocer a los alumnos el arbitraje internacional
- Entender los beneficios y costes del arbitraje internacional
- Identificar las principales instituciones de arbitraje a las que someterse

## **5ª asignatura**

# **FISCALIDAD INTERNACIONAL DE LA EMPRESA Y LOS EXPATRIADOS**

## **TEMA 1. FISCALIDAD DIRECTA. EL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE NO RESIDENTES (IRNR)**

### **1.1. ASPECTOS PRINCIPALES DEL IRNR**

#### **1.1.1. Normativa**

#### **1.1.2. Donde se aplica?**

#### **1.1.3. Principales contribuyentes**

#### **1.1.4. Hecho imponible**

#### **1.1.5. Rentas Exentas**

#### **1.1.6. Formas de sujeción**

### **1.2. RENTAS OBTENIDAS MEDIANTE ESTABLECIMIENTO PERMANENTE**

#### **1.2.1. Concepto de establecimiento permanente**

#### **1.2.2. Rentas imputables a los establecimientos permanentes**

#### **1.2.3. Base imponible**

#### **1.2.4. Deuda tributaria**

#### **1.2.5. Periodo impositivo y devengo**

#### **1.2.6. Obligaciones formales**

#### **1.2.7. Pagos a cuenta**

### **1.3. DEDUCCIONES POR DOBLE IMPOSICIÓN. BONIFICACIONES**

#### **1.3.1. Deduciones por doble imposición**

#### **1.3.2. Bonificaciones**

### **1.4. LOS CONVENIOS DE DOBLE IMPOSICIÓN**

## TEMA 2. FISCALIDAD INDIRECTA

### 2.1. EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA). ASPECTOS INTERNACIONALES

#### 2.1.1. Operaciones Intracomunitarias

#### 2.1.2. Operaciones triangulares

#### 2.1.3. Importaciones

#### 2.1.4. Exportaciones

#### 2.1.5. Devengo y liquidaciones. Registro de exportadores

#### 2.1.6. Ejemplo práctico de liquidaciones del IVA

### 2.2. RELACIÓN DEL IVA CON EL ARANCEL DE ADUANAS Y LOS IMPUESTOS ESPECIALES

## TEMA 3. FISCALIDAD DE EXPATRIADOS

### 3.1. EXENCIÓN DEL ARTÍCULO 7.p) DE LA LEY DEL IRPF

### 3.2. RÉGIMEN DE EXCESOS O PRIMA DE EXPATRIACIÓN

## TEMA 4. LOS PARAÍOS FISCALES

### **OBJETIVOS**

#### **Objetivos del Tema 1**

Dar a conocer al alumno los elementos básicos de la fiscalidad directa en España para los no residentes. Concretamente el

Impuesto sobre la Renta de No Residentes (IRNR)

Cómo aminorar los efectos de la doble imposición internacional con deducciones y bonificaciones de la legislación española

Conocer la existencia y aplicación de los Convenios de doble imposición con terceros países.

#### **Objetivos del Tema 2**

Conocer el funcionamiento del IVA en exportaciones, importaciones y operaciones intracomunitarias así como en las denominadas operaciones asimiladas.

Practicar casos de liquidaciones de IVA intracomunitario

Conocimiento del Régimen de exportadores a efectos del IVA

#### **Objetivos del Tema 3**

Conocer los beneficios fiscales en relación con las retribuciones que perciben los empleados de empresas con destino en el extranjero

#### **Objetivos del Tema 4**

Conocer la preocupación y protección respecto de la existencia de paraísos fiscales en nuestra legislación tributaria.

El tratamiento de los acuerdos sobre intercambio de información tributaria



# 6ª asignatura

# NEGOCIACIÓN Y LICITACIONES INTERNACIONALES

## TEMA 1

Visión general de la negociación internacional

- 1.1. Clasificación de las negociaciones
- 1.2. Factores generales de una negociación
- 1.3. Circunstancias específicas
- 1.4. Fenómenos de mayor influencia

## TEMA 2

Técnicas de negociación favorable

- 2.1. Principios básicos y esperados de una negociación internacional menos
- 2.2. Estilos de negociación

## TEMA 3

Proceso de negociación

- 3.1. Los cuatro elementos involucrados de la capacidad negociadora
- 3.2. Diversidad de culturas
- 3.3. Como negociar en seis etapas
- 3.4. Diferencias entre negociación nacional e internacional
- 3.5. Factores de éxito en la negociación internacional

## TEMA 4

Contratación pública internacional (licitaciones internacionales)

- 4.1. Investigación e identificación de las oportunidades de negocio
  - 4,1.1. Páginas de los principales organismos multilaterales (sin pago previo)
  - 4,1.2. Páginas web de pago especializadas en licitaciones
  - 4.1.3. Versión en papel
  - 4,1.4. Reuniones con funcionarios
- 4.2. Selección de las licitaciones
  - 4.2.1. Mercados
  - 4.2.2. Productos y/o servicios
  - 4.2.3. Socios
  - 4.2.4 Recursos humanos
- 4.3. Bases de datos
- 4.4. Ciclo del proyecto
  - 4.4.1. Planificación y programación sectorial
  - 4.4.2. Identificación de proyectos
  - 4.4.3. Preparación
  - 4.4.4. Viabilidad
  - 4.4.5. Negociaciones y búsqueda de financiación
  - 4.4.6. Ejecución del proyecto
  - 4.4.7. Evaluación

- 4.5. Selección previa a través de precalificación y de expresiones de interés (Eoi / Expresión of Interest)
- 4.6. Expresión de interés

## **OBJETIVOS**

- Comprender el concepto de negociación internacional
- Sensibilizar sobre la importancia de realizar procesos de negociación internacional.
- Identificar los principales tipo de negociaciones.
- Identificar las claves tecnológicas que faciliten un proceso negociador<sup>4</sup>
- Conocer las nuevas tecnologías a aplicar en la negociación internacional
- Obtener información adecuada para aplicar las nuevas tecnologías en la negociación
- Dar a conocer en qué consisten las licitaciones internacionales y familiarizarse con las mismas.
- Identificar las oportunidades de negocio en las licitaciones internacionales

## **7ª asignatura**

# **FINANCIACIÓN Y MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES**

### **TEMA 1**

Medios de pago en el comercio internacional e Instrumentos de cobertura de riesgos

- 1.1. Medios de Pago en el comercio internacional
- 1.2. Instrumentos de cobertura de riesgos

### **TEMA 2**

Financiación de operaciones internacionales

- 2.1. Financiación de las Exportaciones
- 2.2. Financiación de las Exportaciones en divisas
- 2.3. Financiación de las Importaciones
- 2.4. Proceso de solicitud de financiación para operación de compra-venta internacional

### **TEMA 3**

Financiación con apoyo oficial

- 3.1. Financiación de exportaciones con apoyo oficial
- 3.2. Instrumentos de apoyo económicos e información
- 3.3. Ayudas financieras

### **TEMA 4**

El plan de viabilidad

- 4.1. Creación del plan de viabilidad
- 4.2. Naturaleza del proyecto

- 4.3. Proceso Cliente-Mercado
- 4.4. Procesos Internos
- 4.5. Proceso Aprendizaje y Desarrollo
- 4.6. Proceso Económico-Financiero

## **OBJETIVOS**

### Objetivos del Tema 1

Dar a conocer a la empresa los principales medios de pago de las operaciones internacionales

Analizar las ventajas y desventajas que implica la utilización de los diversos medio de pago/cobro en el comercio internacional.

Dar a conocer a la empresa los principales tipos de riesgo existentes en el comercio internacional

Informar sobre los distintos instrumentos de cobertura de riesgos existentes.

### Objetivos del Tema 2

Examinar los principios y elementos operativos que influyen en la financiación de las operaciones de comercio internacional.

Familiarizar a las empresas en el proceso de adecuación y adaptación de productos / servicios financieros para operaciones internacionales.

Dar a conocer a la empresa los principales instrumentos de financiación de las operaciones internacionales

### Objetivos del Tema 3

Identificar las principales Instituciones de financiación internacional y los servicios que ofrecen.

Presentar los múltiples apoyos disponibles en el proceso financiero de internacionalización de la empresa española.

Describir brevemente las características más importantes de estas ayudas financieras.

Presentar los instrumentos de financiación disponibles para proyectos de inversión exterior de las empresas españolas.

### Objetivos del Tema 4

Para obtener cualquier tipo de financiación nacional o internacional, es fundamental aportar un plan de viabilidad.

Describir las fases de creación de un plan de viabilidad.

Sugerir esquemas de los aspectos a considerar en cada una de las fases a desarrollar en la elaboración del Plan de viabilidad de una implantación.

Establecer una planificación financiera, en todas sus fases, acorde con el proyecto.

# PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA EMPRESA

## INDICE

### 1: Diagnóstico del Potencial de Internacionalización

- 1.1 Análisis interno (empresa)
- 1.2 Análisis externo (entorno y sector)
- 1.3 Síntesis DAFO internacional
- 1.4 Diagnóstico de internacionalización

### 2: Selección e inteligencia de mercados

- 2.1 Concentración/Diversificación
- 2.2 Preselección de mercados
  - Agrupación de Mercados
  - Requisitos Mínimos
  - Pre-selección de Mercados
- 2.3 Comparación de mercados
  - Inteligencia de Mercados
  - Plan de Información Necesaria
  - Las Fases de la búsqueda de información

### 3: Formas de acceso al mercado

- 3.1 Alternativas de formas de acceso
- 3.2 Selección de formas de acceso
- 3.3 Perfil del canal
- 3.4 Condiciones de negociación

### 4: El marketing Mix. La Política de Producto

- 4.1. El Marketing Mix
- 4.2. La Política de producto
- 4.3. Selección de gama de productos
- 4.4. Estandarización/adaptación del producto
- 4.5. Estandarización/adaptación del servicio

### 5: Política de Precios y la oferta Internacional

- 5.1 Transporte y Logística internacional
- 5.2 Gestión del cobro
- 5.3 Cobertura de Riesgos
- 5.4 Incoterms
- 5.5 Cálculo de precios internacionales
- 5.6 La Oferta Internacional. Su elaboración

### 6: Políticas de comunicación y distribución

- 6.1 La política de comunicación
- 6.2 Instrumentos de comunicación

6.3 Selección de los instrumentos de comunicación

6.4 Presupuesto de comunicación

6.5. La Política de distribución

Procesamiento Interno de Pedidos

Distribución física y logística

Canales de distribución

7: El Plan Económico financiero de Exportación

7.1. La determinación de objetivos

7.2. La cuenta de Pérdidas y Ganancias de Exportación

7.3. Las Inversiones y la Financiación del proceso