

CONTENIDO FORMATIVO

Los Másteres serán impartidos por la Escuela de Estudios Superiores ESIC www.esic.es

El Master constará de 547 horas lectivas de las cuales 400 serán presenciales.

No obstante, las Cámaras pueden ampliar la duración del Máster, previa comunicación al alumnado en tiempo y forma, con el objeto de reforzar conocimientos prácticos sobre las materias impartidas.

El contenido formativo del programa abarcará formación presencial, on line y actividades complementarias como se indica, de forma esquemática, a continuación.

FORMACIÓN PRESENCIAL

ÁREA	MÓDULO	Nº SESIONES	Nº HORAS
Bienvenida / Inicio Máster	Sesión informativa inicio (Jefe Proyecto) y Conferencia Inaugural	1	5
Minimáster. Introducción al Comercio Exterior	Nociones Básicas de Economía Internacional	2	10
	Operativa de Comercio Exterior blended (introducción)	2	10
Logística Internacional	Logística y Organización del transporte internacional (inglés)	6	30
	Operativa Aduanera	5	25
Gestión Económica y Financiación Internacional	Finanzas para no financieros	3	15
	Medios de pago y cobro (corto, medio y largo)	5	25



	plazo)		
	Contratación y legislación mercantil internacional	5	25
Marketing Internacional y Comercialización	Plan de Marketing Internacional y experiencias de éxito internacional	4	20
	Investigación de Mercados	2	10
	Nuevos medios de comercialización internacional	2	10
	Técnicas de venta	2	10
	Técnicas de negociación Internacional	2	10
Desarrollo de Habilidades	Comercio electrónico	2	10
	Atención telefónica (español/inglés)	2	10
	Técnicas de presentaciones eficaces	3	15
	Cómo desenvolverse en una entrevista de trabajo	2	10
	Técnicas de protocolo empresarial	2	10
	Comunicación escrita en los negocios	2	10
Inglés de Negocios (2 grupos)		14	70
Tutorías de Proyecto		7	35
Proceso de Acompañamiento (Mentorazgo)		5	25
TOTAL FORMACIÓN PRESENCIAL		80	400

FORMACIÓN ON LINE

CURSO	Nº HORAS
Minimáster on line (introducción)	35
Uso de Internet y búsqueda de información de apoyo al comercio exterior	10
Identidad e imagen corporativa	20
Gestión de ferias y exposiciones	30
Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres	20

TOTAL FORMACIÓN ON LINE

115

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

ACTIVIDAD	Nº HORAS
Visita a la aduana de puerto/aeropuerto	8
Visitita a los juzgados de lo mercantil	8
Visita a dos empresas exportadoras	16
TOTAL	32

Los contenidos más relevantes de la formación presencial se detallan a continuación:

MINIMÁSTER

Teniendo en cuenta la diversidad de las disciplinas formativas del alumnado que pueda concurrir, se homogeneizará el conocimiento sobre comercio exterior mediante una introducción que englobe contenidos sobre comercio exterior y que servirán de base para un mejor aprovechamiento del Máster.

Contenidos del módulo

- 1.- Agentes económicos y tipos de mercados.
- 2.- Contabilidad Nacional: Indicadores económicos.
 - 2.1.- Introducción.
 - 2.2.- Operaciones de bienes y servicios: PIB, VAB (Valor Añadido Bruto), PNB, RNB,...
 - 2.3.- Operaciones de distribución.
 - 2.4.- Otros indicadores: desempleo, inflación,...
- 3.- Sector exterior y Balanza de Pagos.
 - 3.1.- Balanza corriente.
 - 3.2.- Balanza financiera.
 - 3.3.- Balanza de capital.
- 4.- Presupuesto y Política Fiscal.
- 5.- La Política Monetaria del BCE.
- 6.- Comercio internacional: Definición y Funcionamiento.
- 7.- Anexo: El sistema financiero y la crisis subprime.

LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL

Contenidos del módulo

- 1.- La Logística y el Transporte en el Comercio Internacional.
- 2.- Los Incoterms 2010. Cómo funcionan y para qué se utilizan.

- 3.- Protección física de la mercancía: Elementos de protección y Adecuación de la mercancía.
- 4.- Protección Jurídica de la mercancía: Qué se puede cubrir jurídicamente y Seguros de las mercancías.
- 5.- Medios de transporte Internacional: Marítimo, Terrestre, Aéreo y Ferroviario.
- 6.- La documentación en el transporte internacional.
- 7.- Anexos. Terminología y datos de transporte en el comercio internacional.

OPERATIVA ADUANERA

Contenidos del módulo

- 1.- La Aduana. Introducción.
 - 1.1.- Procedimiento de despacho.
 - 1.2.- Procedimiento Simplificado de Domiciliación.
- 2.- Deuda aduanera.
- 3.- Régimen comercial de las Importaciones y Exportaciones.
- 4.- Regímenes aduaneros.
 - 4.1.- Despacho a libre práctica.
 - 4.2.- Tránsito comunitario y régimen TIR.
 - 4.3.- Exportación.
 - 4.4.- Importación temporal.
 - 4.5.- Regímenes económicos.
- 5.- Áreas aduaneras exentas.
 - 5.1.- Zona Franca.
 - 5.2.- Depósito Franco.
 - 5.3.- Depósito Aduanero
- 6.- Valor en aduana y Origen de las mercancías.
- 7.- Impuesto sobre el Valor Añadido

FINANZAS PARA NO FINANCIEROS

Contenidos del módulo

- 1.- Introducción a las finanzas
 - 1.1.- Conceptos básicos.
 - 1.2.- El balance.
 - 1.3.- La cuenta de resultados.
 - 1.4.- Análisis de costes.
- 2.- Análisis económico-financiero.
 - 2.1.- Introducción.
 - 2.2.- Análisis de la eficiencia.
 - 2.3.- El equilibrio financiero.
 - 2.4.- La rentabilidad.
 - 2.5.- Análisis de la Garantía, solvencia y liquidez.

- 2.6.- Fondo de maniobra y periodo medio de maduración.
- 3.- Presupuestos y control.
 - 3.1.- Planificación y control de gestión.
 - 3.2.- Control presupuestario.
- 4.- Análisis de inversiones.
 - 4.1.- Conceptos básicos.
 - 4.2.- Métodos de selección de inversiones.
 - 4.3.- Costes relacionados con un proyecto de inversión.

MEDIOS DE COBRO Y PAGO

Contenidos del módulo

- 1.- Mercado de divisas.
- 2.- Mercado de dividas Forward.
 - 2.1.- Riesgo de cambio y Seguro de cambio.
 - 2.2.- Riesgo de cambio y opciones.
- 3.- Medios de Pago internacionales.
 - 3.1.- Características generales.
 - 3.2. - Medios de pago simples.
 - 3.3.- Medios de pago documentarios.
- 4.- Financiación de exportaciones.
 - 4.1.- Generalidades.
 - 4.2. - Alternativas financieras.
 - 4.3.- Análisis del coste financiero.
- 5.- Riesgos en la exportación.
 - 5.1.- Comerciales.
 - 5.2.- Políticos y extraordinarios.
- 6.- Coberturas del riesgo.
 - 6.1.- Mediante los medios de pago
 - 6.2.- A través de CESCE y otras aseguradoras.
 - 6.3.- A través del Factoring.
 - 6.4.- A través del Stand - By.
- 7.- Crédito oficial a la exportación.
 - 7.1.- Consenso OCDE.
 - 7.2.- Sistema CARI: Crédito comprador.
 - 7.3.- Crédito FAD.

CONTRATACIÓN Y LEGISLACIÓN MERCANTIL (I)

Contenido del módulo

- 1.- Introducción: Conceptos Generales de la Contratación Internacional.
 - 1.1. Los riesgos en el Comercio Internacional.
 - 1.2. La ley reguladora del contrato y la norma de conflicto.

- 1.3. El Contrato de Compra-Venta Internacional, cláusulas más relevantes.
 - 1.4. Relaciones entre Trader – Importador – Exportador.
 - 1.5. El denominado “Finder Fee”.
 - 1.6. Riesgos del Trader. Necesidad de formular una estrategia concreta.
 - 1.7. Modelo de contrato: Análisis.
-
- 2.- Los Contratos de Distribución y Agencia Internacional.
 - 2.1. Marcos reguladores.
 - 2.2. Aspectos más relevantes de estos contratos.
 - 2.3. Negociaciones a desarrollar en estos contratos: precios, margen de intermediación, obligaciones de las partes y causas de rescisión.
 - 2.4. Modelos de contrato: Análisis.
 - 3.- La resolución de conflictos en el comercio internacional.
 - 3.1. Arbitraje frente a solución jurisdiccional: ventajas e inconvenientes.
 - 3.2. Análisis de la cláusula arbitral.
 - 3.3. Las Cortes Arbitrales. El caso de la ICC de París.

CONTRATACIÓN Y LEGISLACIÓN MERCANTIL (II)

Contenido del módulo

- 1.- Las sociedades mercantiles en el Derecho Internacional
 - 1.1.- Nacimiento de la sociedad. Las formas de constitución.
 - 1.2.- Los socios. Los administradores societarios
 - 1.3.- Los Estatutos.
 - 1.4.- La disolución y extinción de la sociedad.
2. Contratos de intermediación comercial en el Derecho Internacional.
 - 2.1. El contrato de agente/distribuidor.
 - 2.2. Sucursal y oficina de representación.
3. Análisis comparativo de Las sociedades mercantiles
 - 3.1. Nacimiento de las Sociedades Limitadas.
 - 3.2. Las sociedades civiles.
 - 3.3. Las sociedades mercantiles (comerciales).
 - 3.4. Sociedades Anónimas (S/A).
 - 3.5. Limitadas y Anónimas: Breve análisis comparativo.

PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL Y EXPERIENCIAS DE ÉXITO

Contenido del módulo

1. Economía Internacional y análisis del entorno internacional.

2. La expansión internacional de la empresa.
3. Marketing internacional: conceptos básicos.
4. Planificación estratégica de Marketing Internacional.
5. Análisis de los entornos internacionales.
6. Investigación y selección de mercados exteriores.
7. Formas de entrada en mercados exteriores.
8. El Mix de Marketing Internacional: Productos y Marcas.

9. El Mix de Marketing Internacional: Distribución.
10. El Mix de Marketing Internacional: Precios.
11. El Mix de Marketing Internacional: Comunicación y Promoción.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Contenido del módulo

- 1.- Concepto y Planificación de la Investigación Comercial.
- 2.- Las fuentes de información (I). Fuentes Cualitativas.
 - 2.1.- Fuentes de información. Concepto y clases.
 - 2.2.- Características de las fuentes de información.
 - 2.3.- Fuentes cualitativas de información.
- 3.- Fuentes de información (II). Fuentes cuantitativas.
 - 3.1.- Fuentes cuantitativas: clases.
 - 3.2.- Bases de datos.
 - 3.3.- Paneles. Tipos.
 - 3.4.- Las encuestas.
4. Diseño de cuestionarios.
 - 4.1.- Concepto y funciones del cuestionario.
 - 4.2.- Procedimiento para diseñar un cuestionario.
 - 4.3.- Clases y características de cuestionarios.
 - 4.4.- Clases y propiedades de las preguntas.
 - 4.5.- Desarrollo del cuestionario.
 - 4.6.- Estructuración del cuestionario.
 - 4.7.- Valoración del cuestionario.
5. Medición y escalas.
 - 5.1.- Qué son escalas de medición.
 - 5.2.- Clases de escalas.
 - 5.3.- Escalas primarias.
 - 5.4.- Escalas comparativas.
 - 5.5.- Escalas no comparativas.
 - 5.6.- Escalas itemizadas.
 - 5.7.- Fiabilidad de escalas.
 - 5.8.- Validez de escalas.
6. Técnicas de selección de muestras. El muestreo.
7. Preparación de Informes.

NUEVOS MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

Contenido del módulo

1. Las ferias/exposiciones como elementos estratégicos de marketing.
2. Elementos comunes en las ferias/exposiciones.
3. Los congresos.
4. Las misiones comerciales (inversas y directas).
5. Show Rooms.
6. Portales sectoriales.
7. Cluster.
8. CRM 's.

TÉCNICAS DE VENTAS INTERNACIONALES

Contenido del módulo

- 1.- Metaplan de la venta.
- 2.- Misión del vendedor.
- 3.- Preparación de la venta.
 - 3.1.- Análisis de cliente.
 - 3.2.- Previsión necesidades del cliente.
- 4.- Inicio de la entrevista de ventas.
- 5.- Sondeo:
- 6.- Argumentación.
 - 6.1.- Características de producto, ventajas y beneficios.
- 7.- Objeciones:
- 8.- El Cierre en la venta.
- 9.- Seguimiento y fidelización de clientes.

TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Contenido del módulo

1. La negociación eficaz.
 - 1.1 Tipos de negociación.
 - 1.2 El entorno de la negociación.
 - 1.3 Características del negociador.
2. La preparación de la negociación.
 - 2.1 El proceso de negociación.
 - 2.2 Objetivos de la negociación.
 - 2.3 El manual de argumentos.
3. Desarrollo de la negociación.
 - 3.1. Persuasión mediante argumentos.
 - 3.2. Los argumentos y las objeciones.

4. Concesiones y acuerdo.
 - 4.1. Las concesiones en la negociación. Como superar los bloqueos en la negociación.
 - 4.2. Como lograr el acuerdo y la satisfacción. Distintas formas de acuerdo.
5. El factor humano en la negociación.
 - 5.1. Psicología aplicada a la negociación.
 - 5.2. La asertividad en la negociación.
6. Herramientas del negociador.
 - 6.1. Como utilizar las preguntas y la escucha activa. Material de apoyo a la negociación.
 - 6.2. El entorno físico en la negociación.
7. Distintas formas de negociar.
 - 7.1. Negociaciones comerciales.
 - 7.2. Los estilos de negociación.

COMERCIO ELECTRÓNICO

Contenido del módulo

1. Plan de implantación del e-commerce.
2. Soporte a través de Plataformas e-commerce.
 - 2.1 Software libre.
 - 2.2 Principales plataformas. Aprendizaje de gestión.
 - 2.3 Magento, Drupal, JOMLA.
 - 2.4 Plataformas comerciales.
 - 2.5 Sage.
 - 2.6 Logical.
3. Gestión de webs vendedoras.
 - 3.1 Diseñar ofertas y promociones.
 - 3.2 Añadir servicios y contenidos a la sede web.
 - 3.3 Comunicación con el cliente.
 - 3.4 Atención al cliente.
4. Transacciones y medios de pago.
 - 4.1 Seguridad en la red. Seguridad en las transacciones.
 - 4.2 Medios de pago electrónicos.
 - 4.3 Las autoridades de certificación.
 - 4.4 La firma digital.

ATENCIÓN TELEFÓNICA (español/inglés)

Contenido del módulo

1. Las fases de los procesos de Venta.
2. Principales componentes en la comunicación telefónica.
3. Emisión de llamadas:
 - 3.1 La Planificación.

- 3.2 Realización de un guión.
- 3.3 Principales técnicas: Escucha Activa, Técnicas de preguntas.
- 4. Recepción de llamadas:
 - 4.1 Recepción estándar.
 - 4.2 Manejo de quejas y reclamaciones.

TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN EFICACES

Contenido del módulo

- 1. Los momentos de la presentación
- 2. Medios de apoyo
- 3. El orador como foco de presentación
- 4. La presentación propiamente dicha
- 5. Soluciones a situaciones difíciles

CÓMO DESENVOLVERSE EN UNA ENTREVISTA DE TRABAJO

Contenido del módulo

- 1. ¿Qué es una entrevista de trabajo?
- 2. El Curriculum Vitae.
 - 2.1 Diferentes maneras de estructurar el cv.
 - 2.2 Cómo no se debe hacer un cv.
- 3. Cuestiones de forma en la entrevista de trabajo.
 - 3.1 La indumentaria apropiada.
 - 3.2 El lenguaje no verbal y el lenguaje verbal en la entrevista.
- 4. Cuestiones de fondo en la entrevista de trabajo.
 - 4.1. Lo que no se puede hacer en la entrevista de trabajo.
 - 4.2. Cómo responder a las preguntas.
 - 4.3. Qué hacer al principio y al final de la entrevista de trabajo.

TÉCNICAS DE PROTOCOLO EMPRESARIAL

Contenido del módulo

- 1. El protocolo y la imagen de empresa.
 - Imagen corporativa. Identidad.
 - Misión y Cultura.
 - Políticas Formales.
 - El protocolo como imagen de empresa. El protocolo como herramienta de marketing.
- 2. Habilidades sociales.
 - El arte de agradar.

Poseer y transmitir encanto.

3. Imagen personal.

Nuestra propia imagen como carta de presentación: ¿qué transmite nuestra imagen?

4. Normas en el vestir.

Reglas a respetar y reflejo de la personalidad y de las cualidades.

5. Presentaciones.

Precedencias, saludos, tratamientos y despedida.

6. La mesa y los buenos modales.

Normas a seguir y finalidad de las comidas de trabajo.

7. Comunicación no verbal.

Conceptos kinésicos y señales positivas y negativas

Evaluaciones gestuales.

COMUNICACIÓN ESCRITA EN LOS NEGOCIOS

Contenido del módulo

1. Hacer de los escritos una fuente de comunicación ágil y eficaz.

Planificar los textos según los objetivos.

Redactar con estilo.

Cómo presentar claramente las ideas.

El protocolo como imagen de empresa. El protocolo como herramienta de marketing.

2. Producción de escritos eficaces.

Describir y definir objetos, situaciones, problemas, etc.

3. Tipos de escritos que necesita la gestión empresarial.

La carta comercial.

4. La comunicación electrónica.

Precedencias, saludos, tratamientos y despedida.

5. El informe. Para qué es y para qué sirve.

Recoger información, seleccionarla y organizarla.

INGLÉS COMERCIAL

Contenido del módulo

La metodología de la asignatura se realizará a través de casos prácticos relacionados con el mundo de los negocios donde los alumnos tendrán la posibilidad de practicar la lengua inglesa. A raíz de estos casos prácticos se explicará aquellos aspectos de gramática y de vocabulario donde los participantes presenten dificultades. Los profesores que imparten estos módulos son nativos.

1. Entering a Foreign Country.

2. Introduction to companies.

3. Introduction to Business Letters.

4. Looking for suppliers. Dealing with enquiries.
5. Introduction to International Trade.
6. INCOTERMS.
7. Money, Terms of Payment, Bill of Exchange, Letter of Credit, Bill of Lading.

8. Reports, Company Structure and Flexitime.
9. Transport and Packaging.
10. Business Travel, travelling by air, hotels.
11. Sales, Marketing and Publicity.
12. International Fairs.
13. Presentations of all Castilian cities as well as European cities where EXCAL has commercial offices.

CONFERENCIAS

PROYECTO FIN DE MÁSTER

Contenido del módulo

Todos los alumnos deberán presentar ante un tribunal un proyecto fin de Máster que habrán trabajado en equipo y que recoja la formación recibida en el Máster en un caso práctico.

CASOS PRÁCTICOS

Contenido del módulo

Los alumnos desarrollarán individual o colectivamente casos prácticos en cada uno de los módulos. Al menos uno de ellos deberá presentarse en público.