

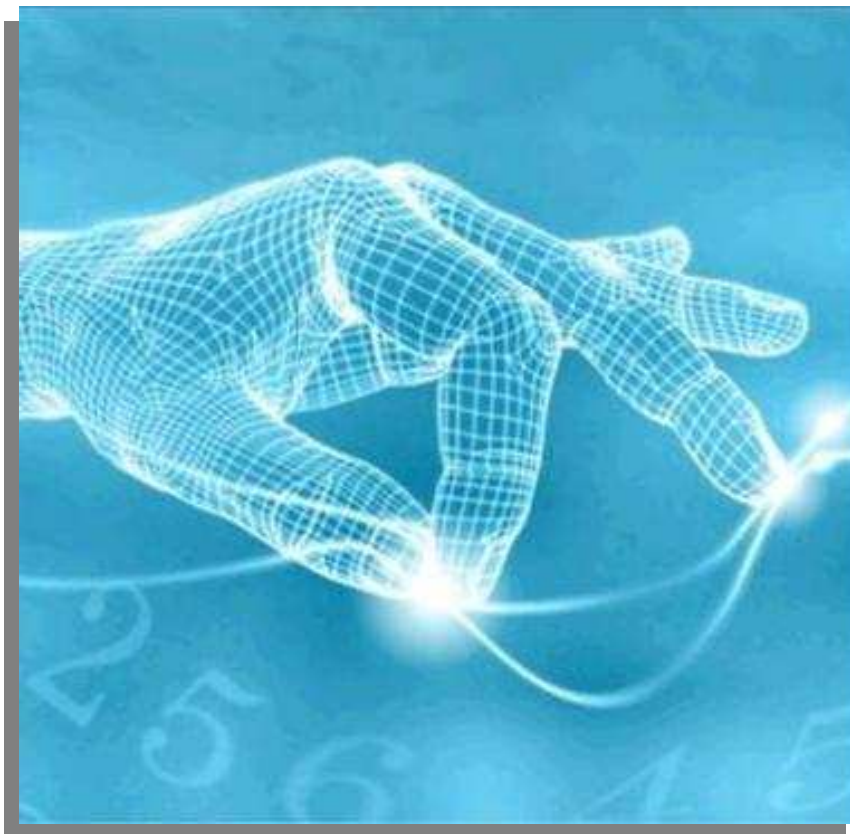


**UAC**  
Universidad de Aconcagua

**UAB**

Universitat Autònoma  
de Barcelona

*MASTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN  
DE EMPRESAS INTERNACIONALES  
(MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL)  
MODALIDAD ONLINE*



**DOBLE  
TITULACION**

*Una formación de alto nivel para  
afrontar el reto de la globalización*

### “Una formación de alto nivel para afrontar el reto de la globalización”

El presente programa nace de la alianza interuniversitaria entre la Universidad de Aconcagua y la Universidad Autónoma de Barcelona (3º lugar de las mejores universidades españolas, del ranking del periódico El Mundo, 2009), las que han unido sus esfuerzos en formar profesionales con conocimientos, herramientas y valores que le permitan desempeñarse en el ámbito laboral nacional e internacional.

Sin embargo, para mantenerse y crecer en un mercado cada vez más indiferenciado, caracterizado por la apertura y el uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación, las empresas necesitan personas habituadas a pensar de una manera global, capaz de identificar las oportunidades de negocio, de equilibrar las necesidades de los clientes y de saber definir y llevar a cabo estrategias competitivas de crecimiento en los mercados internacionales.

### “¿Cómo afrontar estos nuevos retos?”

La expansión internacional tiene que ser el componente central de una estrategia empresarial dirigida a conseguir un crecimiento sostenible del volumen de negocio, que implique, en definitiva, un cambio de cultura empresarial. Un elemento necesario y clave de esta estrategia y de este cambio de cultura es el desarrollo de las personas que, dentro de la empresa, han de impulsar la estrategia de internacionalización con visión de futuro, método, rigurosidad y eficacia.

Consientes de estas dificultades, la Universidad de Aconcagua y la Universidad Autónoma de Barcelona ofrecen un Máster especialmente pensado para la formación de expertos en estrategia y marketing internacional que permita al estudiante:

- La investigación y discriminación de mercados exteriores.
- Conocer toda la gestión documental de las operaciones de comercio exterior con las consecuentes extensiones legales y fiscales.
- El diseño del plan de marketing internacional.

## OBJETIVOS

---

Mediante el curso *Master en Dirección y Gestión de Empresas Internacionales (Marketing y Comercio Internacional)* el alumno accede a una completa formación en el ámbito del comercio internacional. Se trata en profundidad todos aquellos temas que la empresa necesita para controlar y realizar con éxito sus operaciones de compraventa internacional. Al acabar el curso el alumno estará en condiciones de realizar una operación completa de exportación/importación.

## RESUMEN

---

- **Modalidad** : On Line, a través de una innovadora plataforma.
- **Duración** : 12 meses.
- **Valor Académico** : 70 créditos.
- **Idioma** : Español.

**Estadía por 2 a 3 noches en Barcelona para certificación del programa (opcional)**

## POSTULACIONES

---

- ✓ **1º cierre** : 15 de octubre de 2010
- ✓ **Inicio de Clases** : 1ª semana de noviembre de 2010

### *Requisitos de Postulación*

- ✓ Ser profesional titulado, con carrera universitaria de ocho semestres.
- ✓ Completar Solicitud de Postulación

### *Acreditar*

- ✓ Solicitud de Postulación.
- ✓ Currículum Vitae (resumido)

- ✓ Certificado de título original
- ✓ Fotocopia del carné de identidad o pasaporte para los extranjeros.

## VALORES

---

- ✓ Valor matrícula: \$ 120.000
- ✓ Arancel: 3.550 euros \*Pago Fraccionado\*

## Informaciones

Para mayor información no dude en contactarnos al **56-2-3561282**

Correo electrónico: **escuela.postgrado@uac.cl**

Visite nuestro sitio web **www.uaconcagua.cl/postgrado**

Dirección: **Nueva York 17, of. 201, Santiago – Chile**

# PROGRAMA ACADÉMICO

---

El Master en **Dirección y Gestión de Empresas Internacionales (Marketing y Comercio Internacional)** tiene una carga lectiva de 70 créditos, de los cuales 10 corresponden a la realización de un proyecto empresarial tutorizado.

## 1. Quiero exportar, ¿por dónde empiezo? (30 Horas)

En este módulo presentamos una información básica de las compras/ventas internacionales de España y de aquellos productos más vendidos/comprados, haciendo una comparativa del Estado español con el resto del mundo.

Por otra parte, partiendo de una empresa que nunca ha realizado operaciones internacionales, realizamos un proceso de reflexión preguntándonos todo aquello que se pregunta una empresa que se encuentra en estas condiciones y le respondemos con herramientas que se desarrollarán a lo largo del curso. Se desarrollarán 3 actividades y una autoevaluación.

## 2. Incoterms (30 Horas)

En este módulo presentamos todos los términos de comercio internacional (Incoterms 2000). Dichos términos son necesarios para entender la mayoría de materias de comercio exterior, que están íntimamente ligadas con el transporte, la logística, la documentación de comercio exterior, las aduanas, las formas de pago, el marketing o la contratación, entre otras materias de comercio exterior.

Del EXW al DDP:

- Documentación
- Riesgos y obligaciones
- Razones para utilizar los Incoterms correctamente
- Jurídicas
- Profesionalidad
- Elección de un Incoterm
- Transporte Experiencia País
- Forma de pago
- Otros

Se desarrollarán 2 ejercicios prácticos y una autoevaluación.

### 3. Logística y transporte internacional (30 Horas)

En este módulo se muestra de una forma muy gráfica el concepto de logística y todos aquellas técnicas necesarias para poder enviar una mercancía a cualquier parte del mundo con la mayor seguridad, garantías de identificación, teniendo en cuenta los factores de acondicionamiento de la mercancía tanto en nuestras instalaciones como en su posterior transporte. Posteriormente, se desarrollan todas las tipologías de transporte (aéreo, por ferrocarril, por carretera, marítimo) la combinación entre ellos, con especial énfasis en la documentación, los seguros de transporte, las responsabilidades y los procedimientos de contratación y gestión.

- Introducción a la logística internacional
- Proceso logístico Funciones de la logística Factores de paletización Paletización
- Marcas Carga Maquinaria
- Riesgos específicos del transporte Riesgos comunes del transporte Prevención de riesgos
- Introducción al transporte internacional
- Factor de estiba
- Seguro de transportes (responsabilidades) Transporte marítimo
- Figuras
- Mercado marítimo Línea regular Líneas Tramp Documentación
- Costes de manipulación portuaria
- Transporte terrestre
- Figuras
- Tipo de convenios
- Cabotaje
- Incoterms aplicables
- CMR Documentación
- Tipos de camiones y características
- Transporte por ferrocarril
- Figuras
- Documentación
- Red Teco
- Incoterms utilizables Transporte aéreo Figuras
- Conferencia IATA Documentación Tipos de avión
- Dispositivos unitarios de carga
- Seguro
- Incoterms utilizables Transporte intermodal Figuras
- Modalidad de transporte Transporte multimodal Legislación
- Gestión comercial Documentación Combinaciones intermodal Tipos de

- infraestructura Incoterms utilizables
- Elección de un medio de transporte
- Negociación Mercancías peligrosas Carga común
- Normativa internacional

Se desarrollarán 3 ejercicios prácticos y dos autoevaluaciones.

#### **4. Gestión aduanera y fiscalidad internacional (30 Horas)**

En este módulo se desarrolla el proceso de despacho aduanero y la evolución tras la integración de los diferentes países en la Unión Europea, así como las relaciones internacionales con países terceros, haciendo hincapié en aspectos relativos a uno de los temas de mayor interés en este ámbito, como es la fiscalidad, tanto para operaciones intracomunitarias como extracomunitarias.

- Gestión aduanera con terceros países
- Aduana
- Código aduanero
- Origen de las mercancías
- Valor en aduana Destino aduanero Arancel
- Impuestos especiales
- Instratat
- IVA comunitario
- El IVA en las importaciones y exportaciones

Se desarrollarán 2 ejercicios prácticos y 2 autoevaluaciones.

#### **5. Formas de pago internacional y coberturas de riesgos de las operaciones de comercio exterior (30 Horas)**

##### *Formas de pago internacional*

Es necesario conocer todas las formas de pago y cobro que existen para poder adaptarse a todas las situaciones que se nos plantean en la compraventa internacional. El conocimiento de las formas de pago conjuntamente con una visión clara de la cobertura de los riesgos de las operaciones de compraventa internacional nos permitirá realizar operaciones en cualquier país del mundo, minimizando los riesgos.

- Pago en efectivo
- Legislación
- Formas de pago simples
- Cheque personal Cheque bancario Transferencia

- Gestión de cobro de documentos
- Cartas de crédito Garantías y avales Garantías bilaterales
- Cobertura de riesgos de las operaciones de comercio exterior

Aquí se analizan todos los riesgos con que se puede encontrar la empresa en una operación de comercio exterior. No sólo se muestran los posibles riesgos, sino que además se proponen distintas técnicas para cubrir total o parcialmente estos riesgos.

- Riesgo de tipo de cambio
- Riesgo comercial
- Riesgo país
- Riesgo de tipos de interés

Se desarrollarán 2 ejercicios prácticos y 1 autoevaluación.

## **6. Mercado de divisas y financiación inter- nacional (30 Horas)**

### *Financiación internacional*

En esta parte se desarrollan todas las posibilidades que existen de financiación y prefinanciación, tanto de importaciones como de exportaciones, eligiendo en qué divisa nos es más rentable y qué producto financiero es el más aconsejable según el tipo de operación a financiar.

- Clases de financiación
- Moneda de financiación
- Riesgos inherentes por la financiación
- Riesgo del prestatario
- Tipos de interés de aplicación
- Riesgos de tipo de interés
- Tipos de financiación Prefinanciación Postfinanciación
- Otros elementos de financiación
- Leasing Renting Factoring Confirming Forfaiting
- Mercados de divisas

Este apartado complementa al de financiación internacional y al de cobertura de riesgos de las operaciones de comercio exterior. Los tres módulos forman un bloque donde podemos desarrollar los conocimientos necesarios para poder tomar decisiones en las operaciones internacionales. Concretamente en este apartado se hace una introducción al funcionamiento del mercado de divisas, con todos aquellos conceptos necesarios para entender bien los siguientes módulos.

- Divisas
- Billetes y divisas Cotización de las divisas El tipo de cambio
- Factores que influyen en el tipo de cambio
- Formación del tipo de cambio
- Riesgo del tipo de cambio

Se desarrollarán 2 ejercicios prácticos y 2 autoevaluaciones.

### **7. Internet como Herramienta de Comercio Internacional (30 Horas)**

En este módulo se abordan de manera práctica aspectos relacionados con las nuevas tecnologías aplicadas al desarrollo de operaciones internacionales con la finalidad de dotar al alumno de las aptitudes necesarias para agilizar gestiones propias de departamentos internacionales mediante el uso de Internet.

- Internet y empresa e-Business
- e-Marketing e-Logistics e-Legalidad

Se desarrollarán 3 ejercicios prácticos y 1 autoevaluación

### **8. El plan de marketing (30 Horas)**

- Funciones y responsabilidades del plan
- Los objetivos del plan
- La estrategia del plan
- Organización de la empresa orientada al marketing

### **9. Técnicas de venta (30 Horas)**

- Bases psicológicas de la venta
- El proceso de venta
- La comunicación no verbal en la venta

### **10. La Dirección de los Equipos Humanos (30 Horas)**

- El liderazgo personal
- La construcción y conducción de los equipos y las relaciones interpersonales
- Habilidades de comunicación en las relaciones internacionales
- La planificación y control de los RR.HH.

## **11. Negociación Internacional (30 Horas)**

*La negociación, la venta y la comunicación*

Experiencias prácticas de negociación en entornos socioculturales diferentes: Unión Europea, América del Norte, Latinoamérica, Europa Central y Oriental, Asia Oriental, el mundo Islámico, África y Colectivos Internacionales.

## **12. Dirección de Empresas Internacionales (30 Horas)**

- Desarrollar las competencias de dirección necesarias para conducir la empresa en un mercado global.
- Desarrollar la visión global de la empresa internacional en el directivo Desarrollar la capacidad de toma de decisiones.
- Desarrollar el potencial multicultural de la persona, especialmente aquella que debe asumir cargos directivos.

## **13. Proyecto final de Master (70 Horas)**

A partir de los datos de una empresa que pretende operar internacionalmente el alumno deberá desarrollar un proceso completo de Importación y Reexportación de producto en el que deberá buscar información relativa a mercados en Internet; realizar escandallos de compras de export-import; buscar el packaging más adecuado para el producto; contratar transporte; negociar formas de pago; liquidar impuestos en las aduanas internacionales; gestionar el IVA de las operaciones y cubrir los riesgos de la operación internacional.

### **Comentarios adicionales:**

En cada módulo se incluirá una serie de lecturas obligatorias (principalmente lecturas que estén disponibles en Internet y a las que el alumno pueda acceder mediante un enlace) y una serie de lecturas complementarias.

Se añadirán al curso casos prácticos extraídos de la realidad, basados en preguntas que una empresa puede plantearse ante la resolución de un problema en una operación comercial de carácter internacional (aproximadamente unas 60 preguntas/respuestas de todos los temas del Máster).

# EQUIPO ACADÉMICO

## Dirección y Coordinación General



Dr. Lluís Jovell. Profesor Titular.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España



Don Luis Bustos. Profesor Titular.  
Facultad de Economía  
Universidad de Aconcagua  
Chile

## Sub-Dirección



Dr. Rossano Eusebio. Profesor Agregado Departamento de Economía  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España.



Sra. Ana Moraleda  
Escola de Postgrau.  
Universidad Autónoma de Barcelona.  
España