

# Máster en Comercio Internacional (MCI)



Instituto Europeo  
de Posgrado

<http://www.iep.edu.es>



CEU

*Escuela de Negocios  
Madrid*



# “Nuestro objetivo es movilizar el conocimiento para solucionar problemas de las empresas”

Titulación otorgada por la Universidad San Pablo CEU (Escuela de Negocios) y el **Instituto Europeo de Posgrado** de Madrid.

Dirigido a ejecutivos, profesionales y consultores, que deben tomar decisiones empresariales en el ámbito de las empresas internacionales. El programa tiene una orientación eminentemente práctica, enfocada a la adquisición de conocimientos y habilidades en la gerencia de negocios internacionales.

El objetivo principal es preparar profesionales en la gerencia de los negocios internacionales, dotándoles de las herramientas y conocimientos necesarios, para participar activamente en el mundo de la empresa internacional.

A través de temáticas económicas, políticas, comerciales y de gestión se espera que el participante adquiera los conocimientos y práctica necesarios para poder analizar las situaciones reales que se plantean, cada día más, en el mundo de los negocios y resolverlas con éxito.



## El Programa tiene los siguientes objetivos globales:

- Facilitar los conocimientos y herramientas que las empresas necesitan para operar en los mercados internacionales
- Eliminar las dificultades y barreras que nos encontramos en los primeros momentos al enfrentarnos a una operación internacional, que en muchas ocasiones, son las propias empresas las que se auto-imponen ante el temor o la duda a realizar las operaciones en mercados exteriores desconocidos
- Desarrollar una visión práctica de cómo dirigir una empresa internacional, mediante el conocimiento, técnicas, herramientas, habilidades y actitudes que van a permitir potenciar su capacidad de análisis, para actuar en cada situación respondiendo a las exigencias de un directivo que opera en los mercados internacionales
- Analizar las diferentes áreas de negocios que afectan directa y globalmente al comercio internacional

## Criterios de evaluación:

- Realización de ejercicios en cada uno de los módulos
- Trabajos de evaluación de situaciones y problemas de negocio. Realización de Planes de Actuación
- Colaboración en foros de forma constructiva ayudando a progresar al conjunto de la clase
- *Business Plan* - Proyecto Fin de Master

## Duración:

- 12 meses
- 35 ECTS (900 h.) de trabajo efectivo del alumno

# IEP

# CEU

**12** meses  
de duración

**35** ECTS (900 h.)

## Fundamentos del comercio internacional

Este curso incorpora las bases preliminares para introducirse en el mundo del comercio internacional. Se presenta una visión general del tema, desde los inicios hasta hoy, utilizando para ello una descripción de los escenarios actuales y de las posibilidades que tienen las empresas de insertarse en ellos.

- El proceso de globalización de las relaciones económicas internacionales
- Obstáculos a la globalización
- Instituciones financieras internacionales
- Las grandes áreas económicas mundiales
- Mercados internacionales
- Sector exterior y balanza de pagos

## El proceso de internacionalización de la empresa

La internacionalización es un proceso complejo y generalmente evolutivo vinculado a la estrategia de diversificación y desarrollo de la empresa. Este curso proporciona una visión global de dicho proceso, estimulando al participante a reflexionar sobre las motivaciones que determinan la decisión de iniciarlo, los obstáculos a superar en las distintas etapas y los medios en los que puede apoyarse la empresa para convertir los retos que presenta en realidades.

- Internacionalización de la empresa
- Aspectos básicos de la decisión de exportar
- Proceso de internacionalización
- Competitividad y estructura organizativa

## Marketing estratégico

Una empresa podría tener éxito con procesos deficientes, una gestión de tesorería inadecuada e incluso con un producto obsoleto; pero no puede funcionar sin clientes. El cliente es lo único imprescindible, principio, fin y razón de ser de la empresa. Captar, retener, fidelizar y aumentar la relación de valor con el cliente. Esto es lo verdaderamente importante. Este curso trata precisamente de los fundamentos de esa orientación y relación con el cliente.

- La orientación al cliente como enfoque de gestión
- Retos de la orientación al cliente
- Segmentación: Cómo son y dónde están mis clientes
- Análisis del entorno: ¿Hacia dónde se mueven los consumidores?
- Situaciones y ventaja competitiva
- Posicionamiento. Una idea clara y distinta en la mente del consumidor

## Marketing internacional

El objetivo de este curso es familiarizar al participante con el entorno internacional, poniéndole en conocimiento de las características específicas de las nuevas tendencias del marketing internacional y comercialización, facilitando las formas de planificar y ejecutar las operaciones.

- Selección de mercados-objetivo
- Penetración y gestión de mercados-objetivo
- Marketing mix internacional I: Producto y precio
- Marketing mix internacional II: Promoción comercial
- Marketing mix internacional II: La distribución
- El plan de marketing internacional

## La logística y el servicio

Introduce en los fundamentos de la logística, que ha pasado de ser un factor de coste y de importancia secundaria, a ser un factor de servicio y fuente de ventaja competitiva en el mercado.

- La importancia de la gestión logística
- El *trade off* tiempo-coste en la distribución
- ¿En qué grado nos permiten los procesos vender al precio deseado?
- Flexibilidad, entrega y coste
- Las alianzas logística vs *outsourcing*

## Logística internacional

Transmite los conocimientos sobre la operativa habitual y proporciona los *check-list* o esquemas que permiten realizar estas operaciones. También aporta los conocimientos básicos sobre los aspectos jurídicos asociados a la contratación y a la utilización de las operaciones mencionadas.

- Funciones básicas
- Cobertura de mercados internacionales
- El transporte en el contrato de compraventa
- Tratamiento de la mercancía
- Contratación del transporte
- Criterios de selección
- El paso por aduana



## Riesgos, medios de pago y financiación del comercio exterior

Las empresas con proyección internacional actúan en un entorno particularmente complejo que se manifiesta sobre todo en el escenario de riesgos en que han de desenvolverse.

Donde hay riesgos, hay oportunidades, y gestionar adecuadamente tales riesgos es el gran reto para quienes desempeñen puestos de responsabilidad en empresas activas en comercio exterior.

- Los riesgos en el comercio exterior
- Coberturas aseguramiento
- Mercado de divisas y riesgos de cambio
- Medios de pago y garantías internacionales (I)
- Medios de pago y garantías internacionales (II)
- Financiación del comercio exterior a corto plazo
- Financiación del comercio exterior a medio y largo plazo

## Contratación internacional

Se adquieren los conocimientos básicos sobre la contratación internacional, negociación de los contratos, preparación y redacción de los mismos; y estudios de los principales tipos contractuales.

- Contratación internacional: Ley aplicable
- Elementos, formación y dinámica del contrato internacional
- Contrato de compraventa internacional de mercancías
- Otros tipos de contrato
- Prevención y resolución de conflictos

## E-Commerce

Internet y el comercio electrónico no son una moda pasajera, sino una realidad globalmente extendida. Pero, ¿qué es realmente el comercio electrónico? ¿Cómo afecta al proceso de globalización y de internacionalización? ¿Qué nuevas oportunidades ofrece a las empresas en su expansión internacional?

El curso muestra los beneficios que el comercio electrónico puede aportar a la empresa. Se estudian las oportunidades y ventajas que ofrece para aumentar la eficiencia de los procesos de la empresa, así como las posibilidades que brinda como nuevo canal de comunicación y comercialización.

- Introducción y conceptos generales
- Modelos de negocio *business to business*
- Modelos de negocio B2C
- Aspectos jurídicos del comercio electrónico
- Logística y distribución
- La empresa tradicional ante el comercio electrónico B2B

## Financiación empresarial

La planificación es el proceso para determinar objetivos mediante acciones a futuro basadas en la selección de alternativas y estrategias. La base fundamental para un correcto planteamiento de las finanzas a corto, medio y largo plazo radica en la buena calidad de la información contable y su correcto análisis. El objetivo es pasar de la simple recopilación de información al conocimiento, el cual nos permitirá determinar el futuro de la empresa, al gestionar correctamente las mismas facilitando la toma de decisiones.

- Planificación financiera: Estructura óptima de capital
- Fuentes de financiación nacionales y internacionales
- Instrumentos de cobros y pagos nacionales e internacionales
- Gestión del circulante
- Gestión a largo plazo
- Gestión del riesgo. Seguro de cambio

## Proyecto Fin de Máster

Debe ser el compendio de los conocimientos adquiridos a lo largo del master; también se puede centrar en un análisis específico de algún tema que en profundidad.

### Las dos vías de trabajo que se proponen son:

La realización de un proyecto basado en un Plan de Negocio o *Business Plan* cuya actividad esté centrada en el comercio exterior o internacional.

La realización de un trabajo basado en el desarrollo o estudio de un tema relacionado con el comercio internacional y en el cual el participante aporte investigaciones, opiniones o conclusiones propias.

## Business Plan de Comercio Internacional

La redacción del *Business Plan* tendrá por objetivo la exposición de todas las actividades, misión, visión, valores, estrategia y planificación que se han de llevar a cabo para poner en marcha un negocio basado en la transacción internacional de un bien o de un servicio.

La redacción puede estar basada bien en una actividad real, o en una idea que el participante quiera proponer como negocio.

