



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Master de Exportación, Comercio Exterior y Marketing Digital Internacional + Titulación Universitaria



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master de Exportación, Comercio Exterior y Marketing Digital Internacional + Titulación

**DURACIÓN:**

725 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 €

Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

**CRÉDITOS:**

5,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master de Exportación, Comercio Exterior y Marketing Digital Internacional con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Derecho Internacional y Comercio Exterior con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que consiste expido la presente **TITULACIÓN** en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA



El presente Título es parte del Sistema Formativo de la Unidad Formativa de 425 horas correspondiente a la especialidad de Comercio Exterior y Marketing Digital Internacional, perteneciente al Plan de Formación de Postgrado de la Escuela de Negocios de Formación de Postgrado de Educa Business School. Este Título es expedido por la Dirección General de la Escuela de Negocios de Formación de Postgrado de Educa Business School. El presente Título es expedido en Granada, a 11 de Noviembre de 2019. Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX.

Descripción

En comercio exterior ha cobrado mucha fuerza en los últimos tiempos, por ello es necesario que los profesionales de este entorno conozcan las técnicas que le capaciten para desarrollarse de manera profesional en este entorno. Gracias a la realización de este Master de Exportación, Comercio Exterior y Marketing Digital Internacional podrá adquirir los conocimientos esenciales para desempeñar las funciones del comercio exterior de manera profesional y además conocer las técnicas fundamentales del marketing digital.

Objetivos



- Dotar al alumno de los conocimientos necesarios relativos al mundo del comercio y de las relaciones Internacionales, desarrollando habilidades técnicas y directivas que les permitan desarrollar su trayectoria profesional en este campo.
- Profundizar en materia de marketing internacional y estrategias de comercio exterior.
- Definir procedimientos para financiar concursos o licitaciones internacionales
- Elaborar la documentación necesaria para la gestión de la financiación de proyectos o suministros internacionales cuando las empresas participen en licitaciones internacionales.

A quién va dirigido

El Master de Exportación, Comercio Exterior y Marketing Digital Internacional está dirigido a profesionales del entorno del comercio exterior que quieran seguir formándose en la materia y adquirir formación complementaria con la adquisición de técnicas de marketing digital.

Para qué te prepara

Este Master de Exportación, Comercio Exterior y Marketing Digital Internacional le prepara para tener una visión completa y precisa del entorno del comercio exterior en relación con las transacciones de exportación, adquiriendo además conocimientos sobre el marketing digital que se conoce como un gran complemento en este tipo de sectores.

Salidas Laborales

Consultoras / Comercio Exterior / Marketing / Logística.

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay
Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses
+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinnúmero de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. COMERCIO EXTERIOR Y EXPORTACIÓN

MÓDULO 1. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 1.La decision de internacionalizacion de la empresa
- 2.Etapas del proceso de internacionalizacion
- 3.Las variables de marketing en la internacionalizacion de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.Atributos del producto
- 2.El ciclo de vida del producto
- 3.Estandarizacion/adaptacion de los productos en los mercados internacionales
- 4.La cartera de productos internacional
- 5.La marca
- 6.La política de producto en los mercados online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.Análisis de la variable «precio» como instrumento del marketing internacional
- 2.Estandarización/adaptación de precios internacionales
- 3.Factores que influyen en la determinacion de precios internacionales
- 4.Analisis de rentabilidad
- 5.Estrategias de precios
- 6.Cotizacion de precios internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

- 1.La comunicación en el marketing: concepto y funciones
- 2.La publicidad

- 3.La promocion de ventas
- 4.Las relaciones publicas
- 5.Otras herramientas de la politica de comunicacion
- 6.Factores que influyen en las decisiones de politica internacional de comunicacion
- 7.Las ferias internacionales y las misiones comerciales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.Canales de distribución.
- 2.Aspectos a considerar en el diseno y seleccion de los canales de distribucion internacionales
- 3.Determinacion de la localizacion y tipologia de los puntos de venta
- 4.Las relaciones internas del canal
- 5.Formulas de entrada en los mercados exteriores
- 6.Aspectos a considerar en la adaptacion de la funcion de distribucion en diferentes entornos internacionales
- 7.Internet como canal de distribucion internacional

MÓDULO 2. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

- 1.El plan de marketing como instrumento de planificacion y control de la actividad comercial internacional
- 2.Analisis de la situacion
- 3.Diagnostico: analisis DAFO
- 4.Establecimiento de los objetivos del marketing
- 5.Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

- 1.El plan de accion de marketing
- 2.Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
- 3.El control del plan de marketing
- 4.Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional

MÓDULO 3. INFORMACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MARCO ECONÓMICO, POLÍTICO Y JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Comercio interior, exterior e internacional
- 2.El sector exterior español
- 3.Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas
- 4.Organismos Internacionales
- 5.La integración económica regional. Principales bloques económicos
- 6.La Union Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BARRERAS Y OBSTÁCULOS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES

INTERNACIONALES.

1. Barreras arancelarias
2. Barreras no arancelarias
3. Medidas de defensa comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Información de comercio internacional
2. Canales y fuentes de información en el comercio internacional
3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional
4. Gestión de la información de comercio internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 11. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales
2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización
3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores
4. Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
5. Control de clientes/proveedores internacionales
6. Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores
7. Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CONDICIONES DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Operaciones de compraventa internacional
2. Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional
3. Condiciones de entrega en el comercio internacional, INCOTERMS
4. Interpretación práctica de cada INCOTERM

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ELABORACIÓN DE OFERTAS EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional
2. Oferta internacional
3. Elementos de la tarifa de precios
4. Presentación de la tarifa

MÓDULO 4. NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 14. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Preparación de la negociación internacional
2. Desarrollo de la negociación internacional
3. Técnicas de la negociación internacional
4. Consolidación de la negociación internacional
5. Estilos de negociación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 15. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

1. Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales

2. Tipos de comunicación
3. Actitudes y técnicas en la comunicación
4. La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes
5. La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales
6. La comunicación escrita en el comercio internacional
7. Relaciones públicas en el comercio internacional
8. Internet como instrumento de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 16. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Regulación de la compraventa internacional
2. Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París
3. El contrato de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LOS CONTRATOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

1. Intermediación comercial internacional
2. Contrato de agencia
3. Contrato de distribución
4. Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior
5. Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 18. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

1. Contrato de transferencia tecnológica
2. Contrato de Joint venture
3. Contrato de franquicia

PARTE 2. LICITACIONES INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCURSOS Y PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Organismos Multilaterales e Instituciones Financieras Multilaterales
2. Tipos de licitaciones
3. Principios de la licitación pública internacional
4. Beneficios de la participación en licitaciones
5. Licitaciones para contratos
6. Relación jurídica entre licitador, entidad financiera y organismo financiador
7. Fuentes de información sobre licitaciones internacionales
8. Garantías exigidas en los procesos de licitación y ejecución de los proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Detección y localización de licitaciones de interés
2. Valoración de la licitación
3. Estrategia de preparación de la propuesta
4. Estudio de viabilidad de la propuesta técnica y la propuesta financiera

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE OFERTAS A PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Pliego de condiciones: documentación y requisitos habituales
2. Preparación de la documentación del concurso
3. Seguimiento de las ofertas consolidadas

PARTE 3. PLANIFICACIÓN Y FISCALIDAD INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO INTERNACIONAL

1. Conceptos y principios de Derecho Tributario internacional
2. Fuentes del Derecho tributario internacional
3. Interpretación de los Convenios para evitar la doble imposición
4. Doble imposición

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ELEMENTOS DE FISCALIDAD EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Consideraciones generales de fiscalidad internacional.
2. Conceptos básicos de los impuestos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA) EN EL COMERCIO EXTERIOR

1. Conceptos básicos del IVA.
2. Tipos de operaciones sujetos a IVA
3. El IVA en las operaciones intracomunitarias
4. El IVA en las operaciones con terceros países: Importaciones.
5. El IVA en las operaciones con terceros países: Exportaciones.
6. El IVA en las operaciones especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. IMPUESTOS Y RÉGIMENES ESPECIALES

1. Tipos de Impuestos Especiales.
2. Consideraciones generales sobre los impuestos especiales:
3. Gestión de los impuestos especiales a las operaciones de comercio exterior.
4. Régimen fiscal especial de las Islas Canarias, Ceuta y Melilla

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN FISCAL INTERNACIONAL Y LUCHA CONTRA EL FRAUDE Y LA EVASIÓN FISCAL

1. Elementos básicos
2. Derecho de la Uey su incidencia en la planificación fiscal

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PARAÍOS FISCALES

1. Lucha contra los paraísos fiscales y regímenes fiscales perniciosos
2. Concepto de paraíso fiscal en la legislación española

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MEDIDAS ANTIPARAÍSO EN LA LEGISLACIÓN INTERNA

1. IRPF
2. IVA

3.IRNR

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ENTIDADES BÁSICAS DE PLANIFICACIÓN INTERNACIONAL

- 1.Entidades de personas
- 2.Entidades holding
- 3.entidades de inversión

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTERCAMBIO INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN TRIBUTARIA

- 1.Clausula de intercambio de información
- 2.Límites a la obligación de intercambio
- 3.Secretos bancario y societario

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MEDIDAS ANTIABUSO EN LA LEGISLACIÓN INTERNA

- 1.Clasificación
- 2.Medidas antiabuso generales y específicas

PARTE 4. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

- 1.Introducción
- 2.Concepto de Marketing Digital
- 3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
- 4.Ventajas del Marketing Digital
- 5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

- 1.Tipos de redes sociales
- 2.La importancia actual del social media
- 3.Prosumer
- 4.Contenido de valor
- 5.Marketing viral
- 6.La figura del Community Manager
- 7.Social Media Plan
- 8.Reputación Online
9. UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO
- 10.Importancia del SEO
- 11.Funcionamiento de los buscadores
- 12.Google: algoritmos y actualizaciones
- 13.Cómo salir de una penalización en Google
- 14.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

- 1.Introducción al SEM
- 2.Principales conceptos de SEM
- 3.Sistema de pujas y calidad del anuncio

4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online
6. UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM
7. Introducción
8. Marketing relacional
9. Experiencia del usuario
10. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting

- 4. SEO para Copywriting
- 5. La importancia de los títulos

PARTE 5. DERECHO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELEMENTOS E HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1. ¿Qué es el Comercio Internacional?
- 2. Historia del Comercio Internacional
- 3. Beneficios del Comercio Internacional para las organizaciones
- 4. Importaciones y exportaciones
- 5. Actores del Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPONENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1. Tipos de empresas en Comercio Internacional
- 2. El empresario individual: características y actividad
- 3. El empresario social: tipos y actividad
- 4. Las sociedades en el ámbito del Comercio Internacional
- 5. Funcionamiento y colaboración de sociedades internacionales
- 6. Sociedades en la Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PÚBLICAS Y PRIVADAS

- 1. Concepto y gestión de los organismos internacionales
- 2. Naciones Unidas, OMC y otros organismos de gestión del Comercio Internacional
- 3. Entidades internacionales para la cooperación económica

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REGULACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN ESPAÑA

- 1. Aranceles, aduanas, importación y exportación en España
- 2. Normativa de la Unión Europea influyente en el Comercio Internacional en España
- 3. Marco de la política comercial multilateral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CONTRATO EN COMERCIO INTERNACIONAL

- 1. Concepto, factores y riesgo de la contratación internacional
- 2. Convenios y principios de la contratación internacional
- 3. Componentes y tipos de contrato internacional
- 4. Etapas del contrato internacional
- 5. Incumplimiento y tiempos del contrato
- 6. Tipos de cláusulas en la contratación internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1. Introducción al derecho internacional privado
- 2. Encuadre del Comercio Internacional en la legislación estatal
- 3. Desarrollo legal del Convenio de Roma de 1980 y del Reglamento de Roma I
- 4. Régimen jurídico del Reglamento de Roma I
- 5. Normas imperativas para el Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

1. Concepto y modalidades de compraventa internacional
2. Libertad de comercio en la Unión Europea
3. UNCITRAL y regulación de la Lex Mercatoria
4. La compraventa internacional según la Convención de Viena de 1980
5. Concepto, tipos y aplicación práctica de INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MÉTODOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Tipos de resolución de conflictos del Comercio Internacional
2. Resolución del conflicto a través de la jurisdicción estatal
3. El arbitraje como mecanismo para resolución de conflictos en Comercio Internacional
4. Intervención judicial en los procesos de arbitraje

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MÉTODOS DE FINANCIACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Funcionamiento y estructura del mercado de divisas
2. Créditos para exportaciones e importaciones
3. Elección de divisas para la financiación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APOYO FINANCIERO PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Organismos públicos de financiación
2. Tipos de desgravaciones por operaciones internacionales
3. Áreas con regímenes fiscales especiales