Experto Universitario

Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional

E C D F I



tech universidad tecnológica

01

Bienvenida

La globalización ha permitido a las empresas moverse en terrenos internacionales, pero ello necesita de un capital humano cualificado. Así, el comercio internacional precisa de profesionales más y mejor formados a nivel global, puesto que estos deben ser especialistas en la normativa y materia tributaria internacionales, por ejemplo.

Por suerte, el acceso a capacitación de calidad es cada vez más sencillo y, con programas educativos como este, los profesionales pueden especializarse en todas aquellas materias necesarias para gestionar las transacciones a nivel internacional.

Uno de los objetivos principales de este Experto Universitario en Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional de TECH es favorecer tu crecimiento personal y profesional, ayudándote a conseguir el éxito en tu empresa.



Experto Universitario en Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional.
TECH - Universidad Tecnológica

04

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en tu desarrollo profesional. Tras el programa serás capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.



Tus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El **Experto Universitario en Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional** te capacitará para:

01 Definir las últimas tendencias y novedades en la gestión comercial a nivel internacional

02 Desarrollar, liderar y ejecutar estrategias comerciales a nivel global más eficaces y focalizadas en las necesidades de la empresa, que ofrezcan propuestas de valor personalizadas

03 Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entornos complejos e inestables, evaluando su impacto sobre la empresa





04 Desarrollar protocolos para liderarla estrategia de comercial en entornos internacionales

05 Desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad comercial de la organización a nivel internacional

06 Elegir los canales y medios globales de venta más adecuados, en concordancia con el posicionamiento empresarial

05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional es un programa a tu medida que se imparte en formato 100 % online para que elijas el momento y lugar que mejor se adapte a tu disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 6 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para tu éxito en la gestión del departamento de compras a nivel internacional de tu empresa.



Módulo 1. Dirección y *management* en empresas internacionales

1.1. Diseño organizacional
1.1.1. Cultura organizacional
1.1.2. Diseño de estructura organizacional
1.1.3. Ventaja competitiva en las organizaciones

1.2. Cross-cultural management
1.2.1. Dimensión cultural de la gestión internacional
1.2.2. La globalización en la gestión empresarial
1.2.3. Liderazgo intercultural
1.2.4. Empresa, gobierno y sociedad

1.3. Control de gestión
1.3.1. Plan estratégico
1.3.2. El proceso de control de gestión
1.3.3. Presupuesto y medición de resultados

1.4. Estrategia corporativa
1.4.1. *Driving corporate strategy*
1.4.2. *Pacing corporate strategy*
1.4.3. *Framing corporate strategy*

1.5. Dirección estratégica de negocios internacionales
1.5.1. La internacionalización en el nuevo orden mundial
1.5.2. La influencia de la cultura en los negocios internacionales
1.5.3. La selección de mercados y países
1.5.4. Deslocalización y *Offshoring*

1.6. Estrategias de internacionalización
1.6.1. Razones y requisitos para la salida a mercados exteriores
1.6.2. Alianzas estratégicas en el proceso de expansión internacional
1.6.3. Formas de entrada en nuevos mercados internacionales

1.7. Decisiones de internacionalización
1.7.1. Estudios de mercado y toma de decisiones
1.7.2. Elección de la localización y modo de operación
1.7.3. Elección de la forma jurídica adecuada

1.8. Etapas del proceso de internacionalización
1.8.1. Análisis de demanda internacional
1.8.2. Diagnóstico del potencial de exportación
1.8.3. Planificación de la internacionalización
1.8.4. Etapas en la exportación

1.9. Internacionalización según el tipo de empresa
1.9.1. Empresas de producto y empresas de servicio
1.9.2. Empresas internacionalizadas y empresas multinacionales
1.9.3. La pyme y su modelo de internacionalización

1.10. Obstáculos a la internacionalización
1.10.1. Introducción
1.10.2. Principales obstáculos

1.11. Restricciones legales
1.11.1. Introducción
1.11.2. Actualización

1.12. Obstáculos logísticos, financieros y comerciales
1.12.1. Obstáculos logísticos
1.12.2. Obstáculos financieros
1.12.3. Obstáculos comerciales

1.13. Obstáculos en la inversión directa
1.13.1. Introducción
1.13.2. Principales obstáculos

Módulo 2. Operativa internacional. Aplicación de *Lean logistics*

2.1. *Global Supply Chain*
2.1.1. *Global Supply Chain Planning*
2.1.2. Gestión global de la cadena de suministro: logística y mercados internacionales
2.1.3. El triple eje de la cadena de suministro

2.2. Gestión de las importaciones
2.2.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
2.2.2. Instituciones y acuerdos de comercio internacional
2.2.3. Legislación Aduanera
2.2.4. Dirección de plantas y compras internacionales

2.3. Distribución logística internacional
2.3.1. Plataformas logísticas a nivel internacional
2.3.2. Operador de transporte internacional
2.3.3. Hubs y distribución

2.4. *Incoterms* y gestión documentaria internacional
2.4.1. Exportación o implantación
2.4.2. El contrato de agencia, distribución y compraventa internacional
2.4.3. La propiedad industrial e intelectual
2.4.4. Clasificación arancelaria

2.5. Formas y medios de pago internacional
2.5.1. La elección del medio de pago
2.5.2. El crédito documentario
2.5.3. Garantía bancaria y crédito documentario

2.6. Internacional *Lean logistics*
2.6.1. Fundamentos Lean con aplicación en logística internacional
2.6.2. Estrategias de eliminación de desperdicios logísticos
2.6.3. Principales implicaciones y requerimientos
2.6.4. Otras metodologías de mejora de procesos

2.7. Operativa Lean
2.7.1. Decisiones Lean
2.7.2. Herramientas Lean
2.7.3. Lean y mejora continua en SCM

2.8. Creación de valor
2.8.1. Definición de estrategias logísticas internacionales
2.8.2. *Economic Value Added*
2.8.3. *Proyectos Internacionales*

Módulo 3. *Marketing* y ventas internacionales

3.1. La investigación de mercados internacionales
3.1.1. *Emerging Markets Marketing*
3.1.2. Análisis PES
3.1.3. ¿Qué, cómo y dónde exportar?
3.1.4. Estrategias de marketing-mix internacional

3.2. Segmentación internacional
3.2.1. Criterios para la de segmentación de mercados a nivel internacional
3.2.2. Nichos de mercado
3.2.3. Estrategias de segmentación internacional

3.3. Posicionamiento internacional
3.3.1. *Branding* en mercados internacionales
3.3.2. Estrategias de posicionamiento en los mercados internacionales
3.3.3. Marcas globales, regionales y locales

3.4. Estrategias de producto en mercados internacionales
3.4.1. Modificación, adaptación y diversificación de productos
3.4.2. Productos estandarizados globales
3.4.3. El portafolio de producto

3.5. Precios y exportación
3.5.1. Cálculo de los precios de exportación
3.5.2. Incoterms
3.5.3. Estrategia internacional de precio

3.6. Calidad en marketing internacional
3.6.1. Calidad y el *marketing* internacional
3.6.2. Las Normas y Certificaciones
3.6.3. El Marcado CE

3.7. Promoción a nivel internacional
3.7.1. El MIX de promoción internacional
3.7.2. *Advertising* y publicidad
3.7.3. Ferias internacionales
3.7.4. Marca país

3.8. Distribución a través de canales internacionales
3.8.1. *Channel & Trade Marketing*
3.8.2. Consorcios de exportación
3.8.3. Tipos de exportación y comercio exterior

3.9. Plan de comunicación integral
3.9.1. Auditoria y diagnóstico
3.9.2. Elaboración del plan de comunicación
3.9.3. Medida de los resultados: los KPI y el ROI

3.10. Gabinetes de prensa y relaciones con los medios de comunicación
3.10.1. Identificación de oportunidades y necesidades informativas
3.10.2. Gestión de reportajes y entrevistas a portavoces
3.10.3. *Press-room virtual y e-comunicación*
3.10.4. Compra de espacios publicitarios

3.11. Relaciones públicas internacionales
3.11.1. Estrategia y práctica de las RRPP
3.11.2. Normas de protocolo y ceremonial
3.11.3. Organización de actos y gestión creativa

3.12. Lobbies y grupos de presión
3.12.1. Grupos de opinión y su actuación en empresas e instituciones
3.12.2. Relaciones institucionales y *lobbying*
3.12.3. Áreas de intervención, instrumentos reguladores, estrategia y medios de difusión

10

Titulación

El Experto Universitario en Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional le garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un Título de Experto Universitario expedido por TECH - Universidad Tecnológica.



Este **Experto Universitario en Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Experto Universitario** emitido por **TECH - Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional**

Nº Horas Oficiales: **375**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 375 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

Experto Universitario

Comercio, Derecho y Fiscalidad Internacional



tech universidad tecnológica