

#WEAREEUDE



EUDE

EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

LÍDERES CON VISIÓN GLOBAL

Máster en Comercio Internacional
y Máster en Logística Internacional
y Supply Chain Management

PRESENCIAL: marzo, junio y octubre / ONLINE / ONLINE + 15 DÍAS EN MADRID

¿Quiénes somos?

EUDE Business School, Escuela Europea de Dirección y Empresa, es una institución de formación de posgrado internacional, reconocida por los principales rankings y medios internacionales; con 25 años de trayectoria académica formando a más de 100 mil alumnos, profesionales con experiencia laboral, emprendedores, y líderes con visión global dispuestos a cambiar el mundo.

Las áreas académicas: **MBA, Marketing, Marketing Digital, Comercio Internacional, Logística, Recursos Humanos, Coaching, Finanzas, Medio Ambiente** y sus distintas modalidades de enseñanza; máster presencial en Madrid, máster *online*, o la combinación de ambas, nos permite ofrecer alternativas adaptadas a las necesidades de los alumnos y sobre todo del mercado.

25 años

Formando a grandes personas, ejecutivos y emprendedores



El *networking* con grandes empresarios e importantes líderes internacionales

100 mil

Líderes de muchas partes del mundo formados en nuestra Escuela



Escuela de Negocios Número 1 en España en másteres *online*

95% empleabilidad

Convenio con + 1.200 empresas nacionales e internacionales



Considerado entre los mejores másteres *online* por el Listing Financial Times

Datos Clave

**Modalidad:**

Presencial (Marzo, Junio y Octubre),
online u online PDDI + 15 días en
Madrid

**Duración y Horario:**

3000 h. - 120 créditos ECTS.
Turno de tarde

**Fechas de inicio:**

Convocatorias:
Presencial: Marzo, Junio y Octubre
Online: cada 15 días

**Metodología:**

Clases Teórico - Prácticas
Contenido online - Campus Virtual
Seminarios. Visitas Empresas

**Formación Complementaria:**

4 Programas Expertos
7 Idiomas

**Ubicación:**

Campus presencial y virtual
de EUDE Business School



Rankings

EUDE Business School está reconocida como una de las más destacadas escuelas de negocios a nivel internacional por medios tan prestigiosos como Financial Times y los principales *rankings* internacionales. Estos avalan y posicionan a EUDE en los primeros puestos en formación de posgrado.

Gracias al equipo de docentes y grandes líderes que comparten sus conocimientos y experiencias profesionales con los alumnos, EUDE Business School destaca por 4º año consecutivo en el top 8 a nivel internacional y en el top 5 a nivel europeo del ranking FSO (2018).

TOP 5



MBA reconocido como uno de los mejores de habla hispana en el ranking 2018 a nivel europeo

HAMILTON
GLOBAL INTELLIGENCE



FINANCIAL
TIMES

CSIC
CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

Ventajas de nuestro Máster en Comercio Internacional



Selección e investigación de mercados exteriores.



Financiación de operaciones Internacionales.



Exportación, formas de pago internacional y gestión del riesgo en divisas.



Dirección comercial, logística y ventas.

Nos enfrentamos a una economía globalizada, competitiva y cambiante que exige a las organizaciones un mayor nivel de eficiencia y productividad. Por ello, es fundamental dominar los procesos que intervienen en el mercado mundial. La exportación, la actividad financiera y la logística son áreas que potencian la eficiencia en la gestión de las operaciones.

Este doble programa está diseñado para formar directivos y profesionales capaces de gestionar con éxito los intercambios comerciales dentro del mercado global. Persigue la creación de expertos en negocios y relaciones internacionales, fomenta el espíritu emprendedor y profundiza en las claves de la estrategia económica internacional.

El Máster en Comercio Internacional + Máster en Logística de EUDE Business School está dirigido a profesionales con experiencia, que cuestionan el pensamiento convencional y buscan un desafío tanto personal como profesional. Personas que quieran impulsar su carrera y adaptarse a los cambios del mercado, adquiriendo las herramientas y conocimientos necesarios para triunfar en el sector del Comercio Internacional.

Nuestra visión globalizada del mundo y de los negocios hace que la formación que recibas tenga una perspectiva internacional, un aspecto indispensable dentro del entorno empresarial. Podrás desarrollar todo tu potencial y adquirir nuevas habilidades, aprender e interactuar con directivos de empresas internacionales ampliando tus conocimientos y enriqueciendo tu Networking desde el primer día.

Programa de estudios Comercio Internacional

ÁREAS DE CONOCIMIENTO:

1. Gestión para la internacionalización de la empresa
2. Selección e investigación de Mercados exteriores
3. La empresa ante la exportación
4. Contratación Internacional
5. Logística y Transporte Internacional de Mercancías
6. Financiación de las Operaciones Internacionales
7. Comercio Internacional en el entorno de la empresa
8. Marketing, Gestión comercial y e-commerce
9. Eficiencia Directiva
 - Proyecto fin de máster

DURACIÓN DEL MÁSTER: 1.500 H

1. Gestión para la internacionalización de la empresa

Objetivo:

En un mundo globalizado y cambiante como el que vivimos, es indispensable que las empresas tiendan a plantear su negocio en un mercado que no sea tan solo el doméstico, tener una visión global y conocer las distintas estrategias y recursos necesarios que puede aplicar una empresa para alcanzar el éxito en mercados internacionales.

El objetivo de este área es por tanto, transmitir un grado avanzado de conocimiento de las reglas del juego en Comercio Internacional.

Se pretende que el alumno sea capaz de:

- Enfrentarse a los diferentes retos que se le plantean a la empresa cuando acomete su proceso de internacionalización.

- Conocer todos los aspectos operativos propios del negocio internacional y comprender su fundamentación.
- Familiarizar al alumno con los procesos de globalización mundial del comercio y la economía.
- Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución ante la dificultad surgida en entornos externos.

Contenido:

- Manejo de los Incoterms.
- Documentación utilizada en las transacciones internacionales.
- Principios básicos de la logística aplicable.
- Distinción en los procesos aduaneros, dentro de la UE y con terceros países.
- Tratamiento arancelario y de IVA de las operaciones internacionales.

2. Selección e investigación de Mercados exteriores

Objetivo: La exportación requiere una selección de mercado inicial, donde se determinen las características específicas del país o región donde se quiere exportar.

Se trata por tanto, de identificar aquellos mercados potencialmente más interesantes para la empresa, analizando con ello el interés de nuestro negocio en el posible país de destino, así como las dificultades de entrada, con la finalidad de introducirnos en dicho mercado a través de exportaciones sostenidas y planificadas.

Con este área se pretende que el alumno sea capaz de:

- Analizar los condicionantes internos de una empresa, del mercado local y del entorno en

el que opera, para poder alcanzar una exportación de éxito.

- Evaluar y seleccionar mercados de forma adecuada a nuestras necesidades de comercialización.
- Dominar las claves de internacionalización con la finalidad de convertirlas en ventajas competitivas para la empresa.
- Establecer estrategias empresariales eficaces y recientes para introducirse en los diferentes mercados elegidos.

Contenido:

- Coyuntura actual mundial.
- La PYME y su rol.
- El Entorno Internacional: Razones para internacionalizarse.
- Investigar un Mercado Internacional.
- Etapas de la Internacionalización.

- Cuestiones básicas para investigar un Mercado Internacional.
- Factores relevantes y criterios claves para la selección.
- Sistemas de Información de Marketing, S.I.M.
- Fuentes / Sistemas de Información.
- Métodos y Técnicas de Investigación, aplicados a la Investigación de Mercados.
- Penetración en Mercados Internacionales: Fórmulas de entrada.

3. La empresa ante la exportación

Objetivo:

La exportación es un proceso mediante el cual las empresas tratan de sacar el máximo partido para posicionar con éxito sus productos y servicios en los mercados externos. Se pretende con este área formar a profesionales permitiéndoles una proyección de éxito en la

gestión empresarial más allá de sus fronteras, desarrollando una buena toma de decisiones en el ámbito de la exportación y brindando con ello una formación adaptada a la demanda y oferta del mercado exterior, fortaleciendo su capacidad de detección de oportunidades empresariales en el entorno internacional.

Se pretende, que el alumno sea capaz de:

- Aplicar los conocimientos adquiridos, habilidades de investigación y capacidad de adaptación a nuevas situaciones de mercado.
- Ser capaz de comprar en un mercado internacional productos a los mejores precios y exportarlos obteniendo la mayor rentabilidad.
- Abordar con éxito el objetivo de competir en mercados internacionales.
- Conocer las diferentes barreras comerciales que actualmente existen y que pueden limitar y perjudicar su introducción en el mercado destino.




Contenido:

- Instrumentos para el análisis macroeconómico.
- Globalización y Comercio Internacional.
- Panorama de los mercados internacionales en la actual situación económica, social y política en el mundo.
- Cooperación e integración económica internacional.
- Instituciones económicas internacionales.
- Economías emergentes.
- El comercio exterior y sus implicaciones en el Plan Estratégico de la Empresa. Proceso de reflexión estratégica.
- Empresas con experiencia y sin experiencia en exportación. Factores críticos de éxito en un entorno internacional. Capacidades y fortalezas de la empresa.

4. Contratación Internacional

Objetivo:

Dentro del entorno actual de globalización, surge la necesidad de hacer uso de un instrumento jurídico regulador que sustente y garantice una buena transacción internacional. Con este área formativa se pretende dar una visión clara y práctica de las características esenciales de la contratación internacional, haciendo especial hincapié en la problemática de la ley aplicable y los mecanismos de resolución de conflictos, identificando y valorando el cumplimiento de las obligaciones adquiridas y concluyendo con el estudio de las distintas tipologías de contrato más utilizados en el comercio internacional.

Se pretende que el alumno sea capaz de:

- Identificar y aplicar los distintos condicionantes de un contrato internacional.
- Conocimiento para elaborar un contrato internacional y legislación aplicable en cada caso.
- Identificar las posibles prácticas restrictivas

de la competencia, así como los abusos de posición de mi cliente o proveedor.

- Capacidad para identificar los distintos mecanismos de resolución de controversias internacionales.

Contenido:

- La Contratación Internacional.
- Elementos básicos de la contratación Internacional.
- Tipos de contratos internacionales.
- Sujetos operativos.
- Perfeccionamiento del contrato.
- El contrato de venta internacional.
- Los contratos de intermediación comercial.
- El Arbitraje Internacional.
- ADR (Alternative Dispute Resolution).Clasificación y tipología. Mediación, arbitraje y conciliación.
- Arbitraje internacional. Denición. Clases de arbitraje.
- Descripción del proceso arbitral.

- Fiscalidad internacional:
- IVA en las transacciones internacionales.
- Operaciones intracomunitarias, importación y exportación.
- Convenios para evitar la doble imposición internacional.
- Deuda aduanera.

5. Logística y Transporte Internacional de Mercancías

Objetivo:

El sector logístico dentro del comercio internacional presenta una importancia significativa, es de especial interés una búsqueda de reducción de costes sin disminuir con ello la eficacia y calidad en las cadenas logísticas, tanto a nivel de exportación como importación, obteniendo una visión global del movimiento de los flujos materiales y de información.

Se abarcará los conceptos fundamentales de la logística, conociendo la funcionalidad y ca-

racterísticas esenciales de las principales infraestructuras de soporte y apoyo al transporte, mantenimiento de la cadena de suministro, así como el abastecimiento y distribución de los productos de la empresa en el mercado internacional.

Con este área el alumno será capaz de:

- Conocer los distintos intervinientes en las operaciones de exportación e importación, así como la documentación necesaria que le acompaña y certifica cada proceso logístico.
- Adquirir la habilidad suficiente para resolver los problemas logísticos que a la empresa se le pueda presentar.
- Conocimiento y capacitación de labores de control, gestión y dirección en la gestión de almacenes.
- Conocimiento de los distintos aspectos técnicos de cada uno de los modos de transporte.

Contenido:

Conocer los distintos intervinientes en las operaciones de exportación e importación, así como la documentación necesaria que le acompaña y certifica cada proceso logístico.

- Adquirir la habilidad suficiente para resolver los problemas logísticos que a la empresa se le pueda presentar.
- Conocimiento y capacitación de labores de control, gestión y dirección en la gestión de almacenes.
- Conocimiento de los distintos aspectos técnicos de cada uno de los modos de transporte.

6. Financiación de las Operaciones Internacionales

Objetivo:

Dentro del comercio internacional, las empresas intentan obtener financiación en función de la actividad comercial que estén desarrollando. El objetivo fundamental de cualquier país, es el impulso del bienestar económico y so-



cial mediante la canalización del capital hacia las inversiones más rentables, este punto se encuentra enfocado tanto a un financiamiento interno y externo como público y privado, destacando este punto tanto las exportaciones como las importaciones.

Este área pretende transmitir los conocimientos básicos y necesarios sobre la financiación de operaciones internacionales, determinando la estructura de financiación adecuada, la elección correcta de divisa y el medio de pago adecuado a tal fin.

Con este área el alumno será capaz de:

- Distinguir los diferentes tipos de modalidades de ayuda para la internacionalización de una empresa.
- Conocimiento de las características y funciones de los diferentes tipos de medio de pago internacional.
- Análisis de la conveniencia del medio de pago más adecuado a la operación comercial que se esté desarrollando.

Contenido:

- Clasificación de medios de cobro.
- Medios de pago simples, o no documentales.
- Medios de pago documentales.
- Organización y funcionamiento del mercado de divisas.
- Tipos de cambio, al contado y a plazo.
- Coberturas de los riesgos de tipo de cambio y de tipo de interés.
- Seguro a la exportación y seguro de crédito.
- Financiación a corto, medio y largo plazo.
- Financiación a la importación: de proveedores, bancaria, leasing y confirming.
- Financiación a la exportación: al comprador, bancaria, factoring y forfaiting.
- Financiaciones especiales: financiación a la exportación con apoyo social y financiación de proyectos o "project finance".

7. Comercio Internacional en el entorno de la empresa

Objetivo:

Aproximar al estudiante a la realidad del funcionamiento y composición de las organizaciones empresariales. El estudiante adquirirá una visión eminentemente práctica del contenido de este área, profundizando en las lecturas de casos prácticos y libros que se proponen, los cuales ejemplifican los contenidos de cada materia teórica impartida.

Contenido:

- Procesos de Dirección y Gestión en la Empresa.
- Estructura y modelos organizativos en el contexto empresarial actual.
- Organización Interna de la Empresa. Clima Organizacional.
- Estrategia: objetivos, proceso estratégico y formulación.

- Análisis estratégico, implementación y desarrollo del plan estratégico. El cuadro de Mando Integral.
- Introducción a las finanzas. Sistemas de dirección financiera.
Contabilidad general y financiera.
- Cash & credit management. Gestión de costes.
- Valoración de Empresas.

8. Marketing, Gestión comercial y e-commerce

Objetivo:

Conocer los fundamentos y herramientas de la dirección comercial, de la gestión de los recursos comerciales desde la selección y organización de los canales de venta más idóneos para nuestro producto y, cliente hasta los sistemas de incentivos y herramientas de motivación del equipo de ventas. Obtener una visión global del Marketing Internacional aplicando una estrategia de ecommerce.

Conocer las técnicas para planificar y organizar la comercialización internacional de cualquier producto y dotar a los estudiantes de unos conocimientos básicos del marketing en medios digitales que sirvan de base para el posterior desarrollo de la actividad de e-commerce.

Contenido:

- Dirección de Marketing.
- Gestión Comercial.
- Diferencias y similitudes entre el Marketing Internacional y el doméstico.
- Segmentación y Posicionamiento:
Establecimiento de Objetivos. Selección de mercados exteriores.
- Formas de acceso a mercados exteriores.
- International Marketing Mix: Productos y Servicios para consumidores.
- Plan de Marketing.
- Introducción al e-commerce.
- Tecnología del comercio electrónico.

- El Marketing electrónico.
- Logística. El Impacto en la Distribución.
- Medios de pago en internet.
- Internet como contexto para el desarrollo de los negocios internacionales.
- El e-commerce como canal para la exportación.
- Marco legal.
- Comunicación electrónica.

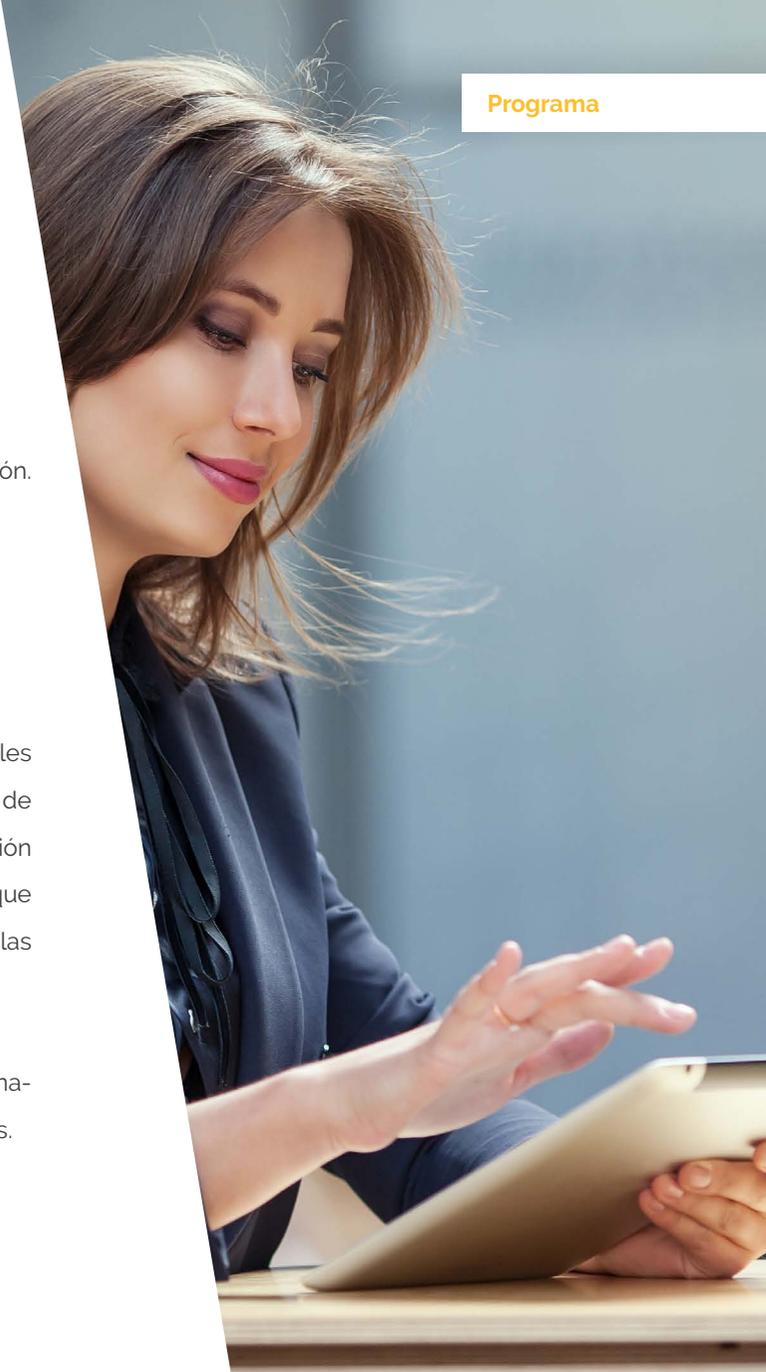
9. Eficiencia Directiva

Objetivo:

El directivo de hoy, debe enfrentarse a múltiples situaciones inesperadas en las que además de los conocimientos es necesaria la adquisición de una serie de habilidades y competencias que le permitan interactuar adecuadamente con las personas.

Una vez finalizada, el alumno será capaz de:

- Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.



- Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.
- Conocer y dominar las técnicas que permiten potenciar la capacidad de gestión y de toma de decisiones.
- Elaborar las bases estratégicas que permitan planificar y anticipar los movimientos futuros en el ámbito de la dirección de equipos humanos y organizaciones.
- Contar con un mayor poder de adaptación a las exigencias del actual mercado laboral.

Contenido:

- Dirección y comunicación empresarial.
- Desarrollo de competencias para la dirección.
- Técnicas de negociación empresarial.
- Técnicas para la toma de decisiones eficaces.

Proyecto Fin de Máster

El Proyecto de Fin de Máster (PFM*) tiene como finalidad la aplicación práctica de los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno durante el programa, a una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Pretendemos que el PFM* sea:

- Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el Máster de Comercio Internacional.

Para todo ello, el estudiante cuenta con el asesoramiento personalizado de todo el Claustro académico de EUDE Business School.

Prácticas (solo para modalidades presenciales)

EUDE Business School en su apuesta por la formación integral de profesionales, el plan de estudios presencial ofrece la posibilidad de realizar prácticas en España sin vinculación laboral, con el objeto de ampliar los conocimientos obtenidos y mejorar las capacidades y habilidades adquiridas con una experiencia real en una empresa.

Programa Máster en Logística Internacional y Supply Chain Management

ÁREAS DE CONOCIMIENTO:

1. Dirección y organización de la empresa
2. Estrategia de la empresa
3. Dirección financiera
4. Dirección de recursos humanos
5. Logística integral y Supply Chain Management
6. Gestión de compras, aprovisionamiento y almacenaje
7. Dirección de operaciones
8. Distribución y marketing
9. Comercio Internacional
10. Tecnología de la información
- Proyecto fin de máster

DURACIÓN DEL MÁSTER: 1.500 H

Programa

1. Dirección y Organización de la Empresa

Objetivo:

Conocer las estructuras y modelos organizacionales como un primer paso para el dominio de la gestión de una empresa logística, donde podrás manejar los conceptos y técnicas empleados en las diferentes áreas funcionales de una organización.

Contenido:

- La dirección en las organizaciones.
- Estructuras organizacionales.
- Modelos y culturas organizacionales en la actualidad.
- Clima organizacional.
- Los grupos dentro de las organizaciones.
- El cambio y su gestión en las organizaciones empresariales.
- Nuevos modelos de negocios.

2. Estrategia de la Empresa

Objetivo:

Cumplir los objetivos estratégicos para poder competir frente a la competencia. El alumno podrá determinar las estrategias necesarias para alcanzar cierta diferenciación en la empresa.

Contenido:

- Concepto y evolución de la estrategia.
- Objetivos estratégicos de la empresa.
- El proceso estratégico.
- Formulación de la estrategia.
- Análisis estratégico en la dinámica de la gestión empresarial.
- Desarrollo de la estrategia.
- Formación e implementación de la estrategia.

3. Dirección Financiera

Objetivo:

Conocer los conocimientos de la estructura financiera de la organización y la capacidad de exponer una valoración de los elementos patrimoniales, así como de las inversiones. El alumno dominará conceptos claves para determinar la viabilidad económico-financiera de proyectos en empresas logísticas.

Contenido:

- Introducción a las finanzas.
- Masas patrimoniales.
- Fundamentos contables.
- Criterios de valoración de elementos patrimoniales.
- Cuentas anuales.
- Diagnóstico económico-nanciero/Cash & Credit Management.

- Análisis mediante ratios económicos y financieros.
- Estructura de financiación de la empresa.
- Análisis del circulante de la empresa.
- Evaluación y valoración de inversiones.
- Valor temporal del dinero.
- Leyes de capitalización y descuento.
- Valor Actual Neto VAN – Tasa Interna de Retorno TIR.
- Valor Económico Agregado EVA.

4. Dirección de Recursos Humanos

Objetivo:

Comprender el comportamiento y la actitud de las personas en la empresa, así como proporcionar las herramientas básicas para llevar a cabo sus funciones. El alumno conocerá cuáles son las competencias del supply chain manager, así como las claves de liderazgo para dirigir trabajos en equipo y resolver conflictos.

Contenido:

- La empresa y su forma de organización.
- Departamentos de la Dirección de RRHH.
- Descripción de puestos de trabajo.
- Retribución.
- Reclutamiento y selección.
- Dirección por Objetivos.
- Sucesión y Plan de Carrera.
- Sistemas de gestión y Plan Estratégico de RRHH.
- La Comunicación Personal.
- La Dirección de Equipos.
- El Liderazgo. Estilos de Dirección.
- La Comunicación Interpersonal.
- Trabajo en Equipo y Resolución de Conflictos.
- Negociación.
- Toma de Decisiones.

5. Logística Integral Y Supply Chain Management

Objetivo:

Aportar una visión estratégica y sistemática de la logística y comprender puntos claves estratégicos para la gestión de la cadena de suministros. La gestión efectiva del supply chain permite una mejor prestación de servicio al cliente y de la cadena de valor a través de un flujo de información y de productos. El alumno conocerá los diferentes sistemas de codificación para proceder a una trazabilidad adecuada para la gestión de la cadena.

Contenido:

- Concepto de logística.
- Procesos logísticos.
- El sistema funcional de la empresa y la gestión logística integral.
- Logística inversa.
- Las actividades de la logística.
- Diseño de redes logísticas.



- Supply Chain Management, SCM.
- La cadena de valor.
- Codificación y trazabilidad.
- Sistemas de codificación lineal: GTIN13, ITF14 y GS1.
- Sistemas de codificación bidimensional: QR, PDF14.

6. Gestión de Compras, Aprovisionamiento y Almacenaje

Objetivo:

Capacitar al alumno con todos los conocimientos necesarios para realizar la selección, evaluación y negociación con proveedores, así como gestionar el inventario y el aprovisionamiento. El alumno conocerá los diferentes sistemas de almacenaje y tendrá la capacidad de tomar decisiones efectivas sobre los sistemas y políticas de picking.

Contenido:

- Estructura y función de compras y aprovisionamiento.

- Conocimiento de la demanda. Previsión. Inteligencia organizacional.
- Selección, evaluación y estrategias de negociación con proveedores.
- Gestión de stock y aprovisionamiento.
- Proceso de aprovisionamiento continuo, CRP.
- Centrales de Compra en el comercio minorista.
- Contratos y ética en las compras.
- Importancia y objetivos de los almacenes.
- Organización de la gestión. SGA.
- Actividades del almacenaje.
- Distribución del almacén. Lay out.
- Sistemas de almacenaje y localización.
- Manipulación integral de la carga.
- Picking: tipología, sistemas y política.

7. Dirección de Operaciones

Objetivo:

Comprender el aporte estratégico de la función operativa para el desarrollo de las organizaciones, aplicar un sistema de gestión de calidad para mejorar la competitividad en-

tre las empresas y medir el rendimiento de la gestión logística en base a indicadores claves.

Contenido:

- Gestión de la producción.
- La planificación del proceso productivo: objetivos de producción.
- Programas de Producción - Islas de producción.
- Planificación de la Capacidad.
- Flujo informativo derivado de la planificación.
- Planificación agregada de la producción y gestión productiva.
- Procesos productivos y gestión de la tecnología.
- El control de producción: indicadores y ratios.
- Sistema de gestión de la calidad SGC.
- Evolución de la calidad. Control, aseguramiento y Calidad Total.
- Principios del sistema de gestión de la calidad.
- Sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2008.

- Acreditación y certificación.
- Técnicas de Mejora de la Calidad.
- La mejora de la calidad en la logística.
- Técnicas de mejora de la calidad.
- El cuadro de mando logístico.
- Las previsiones de venta.
- Tendencias de ventas.

8. Distribución y Marketing

Objetivo:

Conocer e implementar los canales apropiados que recorrerá el producto desde la fase de producción hasta el consumidor final, y sus estrategias de distribución. El alumno estará preparado para desarrollar un plan comercial y de marketing adecuado a las necesidades de la organización.

Contenido:

- La distribución. Definición.
- Funciones de la distribución.
- Canales de distribución.
- Intermediarios funcionales y comerciales.

- Estrategias de distribución comercial.
- Planificación de rutas y optimización de costes.
- Secuenciación de vehículos.
- Comparación entre modelos de distribución.
- Dirección comercial y marketing.
- Previsión y planificación de ventas.
- Collaborative planning forecasting & replacement, CPFM.
- Gestión de la relación con los clientes.

9. Comercio Internacional

Objetivo:

Conocer la logística en un entorno globalizado, teniendo todas las herramientas necesarias para la internacionalización de la empresa, los términos y condiciones de contratación a nivel internacional, así como los medios de pago y formas de financiación. El alumno, finalmente, tendrá la capacidad de analizar y decidir los medios de transportes que mejor se adapten a las estrategias internacionales de la empresa.

Contenido:

- La internacionalización de la empresa.
- Análisis de la situación de la empresa.
- Razones, ventajas, obstáculos y barreras.
- Origen y desarrollo de la Unión Europea.
- Globalización y crecimiento de los intercambios.
- Características y diferenciación de los mercados.
- Modos de operación en los mercados internacionales.
- Gestión operativa del negocio internacional.
- Incoterms 2010.
- Gestión de aduanas y unión aduanera.
- Fiscalidad y tratamiento del IVA.
- Financiación internacional y mercados financieros.
- Medios de pago. Mercado de divisas.
- Financiación a corto, medio y largo plazo.
- Mercados financieros y Project Finance.
- Contratación internacional.
- Concepto y organización del transporte.



- Tipos de mercancías. Operadores logísticos.
- Seguro de transporte.
- Marco jurídico del transporte.
- Transporte Internacional.

10. Tecnología de la Información

Objetivo:

El objetivo de este módulo se centra en el desarrollo e implementación de tecnología de la información para las funciones logísticas.

El alumno conocerá los sistemas de información logísticos actuales y su importancia en la gestión de la cadena de suministros.

Contenido:

- E-business vs E-commerce.
- Retos logísticos en el E-commerce.
- Marketplaces.
- Características de la e-logística: almacenaje, distribución.
- Sistemas de información logísticos (SIL).

- Reestructuración de la cadenas logísticas: modelos logísticos.
- Externalización de los servicios logísticos.
- Sistema EDI e Internet.
- Concepto, estructura y planteamiento.
- El SIL en el contexto de la cadena de valor.
- Administración de Sistemas de información y nuevas tecnologías.
- Planificación estratégica del SIL. Especificaciones para su diseño.
- Almplicaciones para la dirección de la organización.
- Intercambio Electrónico de Datos, EDI.
- Sistemas de información actuales.

Proyecto Fin de Máster

El Proyecto de Fin de Máster (PFM*) tiene como finalidad la aplicación práctica de los conocimientos y herramientas adquiridas por el alumno durante el programa, a una iniciativa emprendedora o a una mejora sustancial

de una actividad empresarial ya existente, mediante el desarrollo de un Plan de Negocio o Business Plan.

Pretendemos que el PFM* sea:

- Un Plan de Empresa, donde el alumno recorre la transformación de una idea de negocio en un proyecto de empresa real y viable.
- Una oportunidad de poner valor todo lo aprendido en el Máster de Comercio Internacional.

Para todo ello, el estudiante cuenta con el asesoramiento personalizado de todo el Claustro académico de EUDE Business School.



Programas Expertos

Habilidades Directivas

El desarrollo de habilidades sociales, el liderazgo, las habilidades comunicativas, la inteligencia emocional y el dominio de los pilares fundamentales del entorno digital tienen una importancia vital hoy en día. EUDE como formación complementaria al Máster en Comercio Internacional y con el objetivo de buscar la excelencia y ayudarte a destacar profesionalmente, incorpora al programa una serie de módulos formativos que te aportarán un gran valor a nivel profesional y, por supuesto, también a nivel personal. Comprobarás de inmediato los resultados.

01. Experto en Inteligencia Emocional

Saber manejar nuestras emociones de forma que nos ayuden a comportarnos como deseamos.

02. Experto en Programación Neurolingüística:

Poder organizar el mundo tal como lo percibimos y mediante nuestros sentidos

03. Experto en Marketing en buscadores

Actividades que incluyen tanto las prácticas SEO como el Search Engine Marketing (SEM)

04. Experto en Responsabilidad Social Corporativa

Saber lo que hacen las empresas en la práctica por ser responsables.

05. Experto en Oratoria, Influencia y Persuasión

Saber cómo estructurar la información, comunicación de forma creativa, coherente, concisa y con un hilo conductor claro.

06. Experto en Usabilidad y Experiencia de Usuario

Construir mapas de web dentro de una correcta arquitectura web y hacer análisis correctos de medición.

07. Experto en Estados Contables y Valoración Financiera

En el ámbito empresarial existen determinadas decisiones de inversión que han de ser analizadas con sumo cuidado y metodologías de análisis.

Idiomas

Tu Máster incluye el aprendizaje de 7 idiomas.

EUDE Business School te ofrece la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

La modalidad presencial executive incluye acceso a la plataforma online para estudio de hasta 7 idiomas por un año.

Management Business English Program

EUDE Business School utiliza un método propio con un alto nivel de efectividad en la formación de inglés con base en la **metodología de aprendizaje efectivo**, adquiriendo, profundizando y consolidando el conocimiento del idioma.

Clases con contenido dinámico y variado, trabajando sobre: listening, reading, grammar, speaking, entre otros.

Se modula en distintos niveles, con objetivos y contenidos adaptados, destacando en el NIVEL AVANZADO: **un curso de habilidades directivas íntegramente impartido en inglés.**

Formación en Idiomas

Nuestro programa de aprendizaje de idiomas ofrece soluciones que se adaptan a todas las necesidades de aprendizaje de sus estudiantes: desde alumnos con exposición limitada a idiomas, a aquellos de nivel intermedio y avanzado que desean mejorar sus resultados académicos y prepararse para el mundo profesional.

Además te ofrecemos la opción de cursar diferentes idiomas a la vez. **Elige entre: Inglés, Francés, Italiano, Alemán, Chino, Español y Neerlandés.** Dispondrás de 5 niveles, un tutor y formación Online para que tú mismo decidas cómo distribuyes el tiempo de estudio.

Campus Presencial

EUDE Business School es el punto de encuentro de líderes de diversas partes del mundo. Lugar donde, además, se llevan a cabo conferencias, eventos, seminarios y charlas concebidas exclusivamente para que nuestros alumnos puedan enriquecer su *networking* desde el primer día.

Más de 9,000m² distribuidos entre aulas, zonas comunes, salas de estudio, cafetería y estacionamiento. El acceso al campus tiene conexiones directas de transporte público (estaciones de metro, autobuses y taxis).



Campus Virtual

EUDE Business School ha mantenido desde sus inicios una apuesta hacia una metodología *online* de calidad. Por esta razón, y gracias al innovador método académico de su campus virtual, el cual ha sido reconocido como uno de los mejores y más importantes en el ámbito europeo, la escuela permanece a la cabeza en la formación *online* del mundo.

La plataforma favorece la formación de profesionales a nivel global, sin que existan las barreras espacio-temporales habituales de la metodología online. De esta manera, el alumno se beneficia de un método totalmente flexible.



#EUDE professors

Claustro Académico del Máster en Comercio Internacional y Máster en Logística Internacional y Supply Chain Management

Contamos con un claustro de profesores constituido por excelentes docentes y contrastadas trayectorias profesionales en puestos de responsabilidad y dirección en empresas nacionales y multinacionales de renombre. Estos profesores, acompañarán dentro y fuera del aula a los alumnos, ofreciendo atención individualizada, gracias a las diferentes herramientas de comunicación que hoy en día nos brinda internet. Como complemento, también contaremos con profesores invitados



DIRECTOR:
**D. Miguel Ángel
Sánchez
Valenzuela**

Miguel Ángel Sánchez Valenzuela, director del Máster en Comercio Internacional en EUDE Business School. Cuenta con más de 25 años de experiencia en Comercio Internacional y más de 5 en Sourcing de productos, especialmente en Mercados Asiáticos. Amplia experiencia en procedimientos de importación y exportación. Profesor del módulo de Incoterms y Gestión de la compra venta internacional en el máster de Comercio Internacional; y en MBA imparte el Módulo Gestión operativa del Comercio Internacional. Es un entusiasta de ser colaborador y formador en el área internacional de la empresa.



DOCENTE:
**D. Borja
Roibás**

Consultor financiero en Mercados de Valores desde 1999 en salas de tesorería y cotización de opciones financieras. Comenzó su carrera en Natwest y continuo en Citibank Internacional donde fue coordinador de ventas de warrants en España y Portugal. Tras varios años, prosiguió su carrera en Consultoría mientras compatibilizaba su trabajo con formación en empresas y diversas Escuelas de Negocio.



DOCENTE:

**D. Iñaki
Acosta
Barrera**

Iñaki Acosta Barrera, profesor asociado de EUDE Business School en el máster de Comercio Internacional. Imparte las asignaturas de Marketing Internacional y Análisis de Riesgo. Actualmente es Managing Partner – Jump Internacional. Estudió en la Escuela Politécnica de Madrid Msc Civil Engineer- Ingeniero de caminos, canales y puertos. Escuela Politécnica de Madrid, Civil engineer- Ingeniero Técnico de Obras públicas. Instituto Estudios Bursátiles (IEB) Executive-MBA- Mención especial Tribunal.



DOCENTE:

**D. Isidro
Sánchez**

Doctor en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos, Bachelor in Business Administration, Staffordshire University (Reino Unido) y Titulado Superior en Marketing y Relaciones Públicas por la Escuela Superior de Dirección de Empresas, Marketing y Relaciones Externas de Madrid. MBA-Master of Business Administration, por la Universidad de Barcelona y Máster Oficial en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos. Desde el año 2009 es CEO de **The Sensory Lab**, empresa que lleva más de 50 años dedicada al Customer Experience y Marketing Sensorial, con presencia en más de 77 países.



DOCENTE:

**D. Javier Sanz
Alergui**

Ingeniero de Caminos. MBA-Instituto Empresa; Máster en Comercio Exterior-EOI. Drommer Consulting, consultoría estratégica y de riesgos en proyectos de internacionalización /CEO + VT International, desarrollo de proyectos internacionales y operaciones de trading/Consejero + CFI, asesoría comercial y financiera en proyectos de internacionalización/ Asesor de operaciones.



DOCENTE:

**D. Jesús
Terreros**

Jesús Terreros Andréu, Estrategia, transformación y nuevos modelos de negocio digital. Transformación digital, desarrollo de nuevos modelos de negocio, gestión de medios de comunicación, sitios web transaccionales, liderazgo de equipos. Experiencia como Director General, Director Comercial y de Marketing en negocios de Internet (B2C, B2B, C2C), prensa, publicidad y medios de comunicación. Licenciado en Derecho, MBA ICADE. Actualmente es director de estrategia en el Grupo de Unidad Editorial.



DOCENTE:
D.ª. Laura Monteagudo

Directora del Máster en Marketing y Dirección Comercial. Doctora Cum Laude en Comunicación por la Universidad San Pablo CEU. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas con especialidad en Marketing e Investigación de Mercados. Máster en Marketing y Publicidad Digital. Especializada en Marketing, Investigación de Mercados y en e-Commerce. Ha trabajado en agencias de publicidad como Young&Rubicam o Contrapunto, así como en la creación de varios e-Commerce, el último el start-up The Yigibee Company.



DOCENTE:
D. Pelayo Serrano García

Actualmente Representante ADUANERO AUTORIZADO y coordinador aduanas-trafico de AIR-PORT-TIR FORWARDERS. De 2008 -2013, director del departamento comercial y de trafico, en Aduanas Daok SL, y complemento al departamento de aduanas. De 2006- 2008 director del departamento de logistica de Streamwind. De 95-2006, trabajó en EAS INTERNACIONAL ESPAÑA, S.A. (actualmente Kerry Logistics) en Creación y dirección del departamento de aduanas, compaginando esta labor con la de operativo de transporte aéreo. (1995-2000) y dirigiendo el departamento de operaciones (Importación / Exportación aérea + Aduanas) durante el periodo 2001-2003.



DOCENTE:
D. Ricardo Martínez Gormaz

Abogado. Asesoramiento jurídico a PYMEs (civil, mercantil, societario, laboral y fiscal). Especializado en contratación y fiscalidad internacional. Derecho Aeronáutico. Docente en másters y cursos de postgrado en materia de Comercio Internacional en EUDE Business School, Cámaras de Comercio y otros organismos e instituciones. Derecho Aeronáutico.



DOCENTE:
D.ª. Rocío González Lanzarote

Licenciada en Derecho por la Universidad de Salamanca. Máster Gestión Comercial y Marketing en ESIC. Máster en Comercio Exterior en EXCAL Responsable del Departamento de Comercio Exterior en INCAHERSA. Técnico de Exportaciones de EXCAL S.A. Responsable de ventas internacionales para Iberoamérica S.I.F Madrid



DOCENTE:
**D. Jacek
Waszkiewicz**

Licenciado en Dirección de Empresas y Marketing y MBA. Ha desarrollado su carrera profesional como Director de marketing DEI Andorra, Director de marketing y desarrollo en PCE Polonia. Responsable de marketing e investigación en ZMK Pozna y como Consultor de Marketing para varias empresas a nivel nacional e internacional.



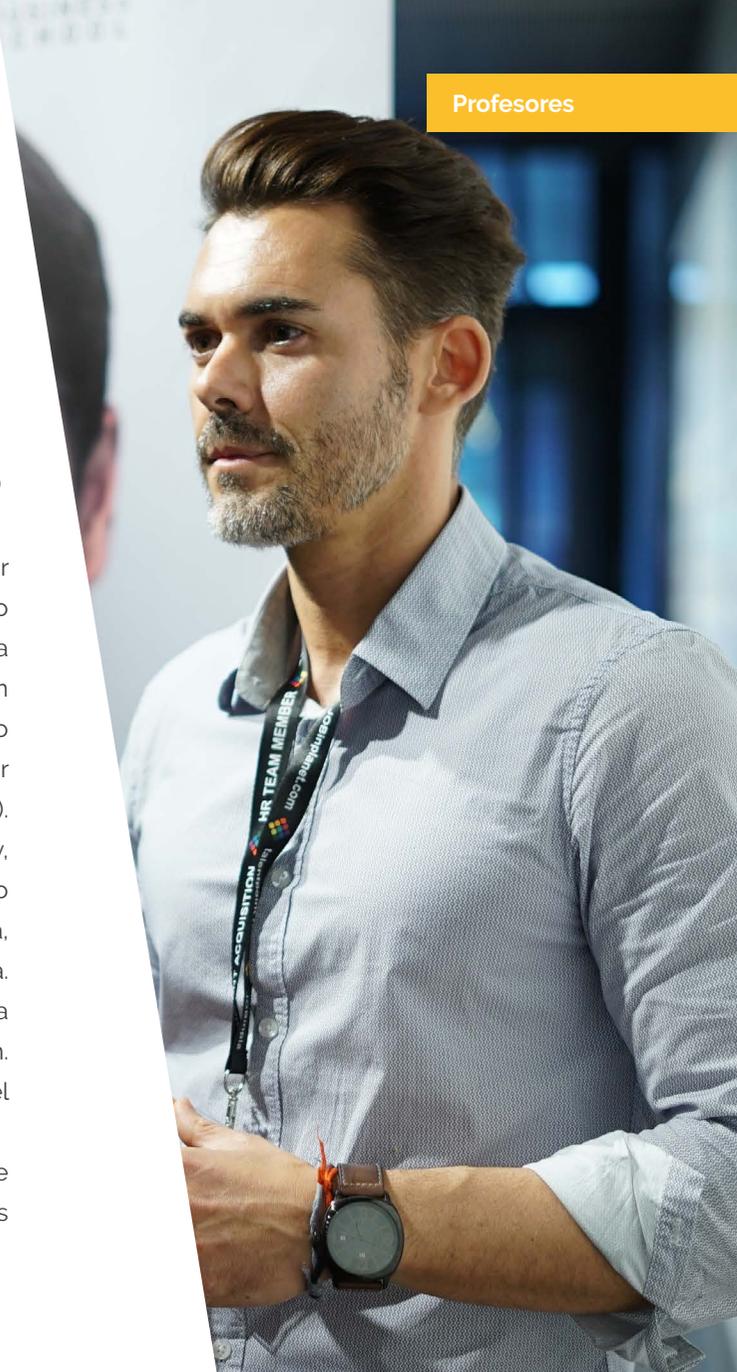
DOCENTE:
**D. Alberto
Palacios**

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la UCM, Master en RR HH por la UNED y Master en Dirección de Marketing por ESIC, ha desarrollado su carrera en multinacionales del sector de Telecomunicaciones e Internet. Es socio fundador de la agencia digital 4One, especializada en comercio electrónico. Ha participado en proyectos de creación de Centros Especiales de Empleo, como Arte y Cera SL, y actividades de gestión social en la Asociación para el Desarrollo de la Pedagogía Curativa y Socioterapia de Rudolf Steiner. Se considera un 'foodie'. Actualmente es Co Fundador y Co CEO de Farmidable.



DOCENTE:
**D. Javier
Ignacio Lozano**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la University of Wales (Reino Unido), Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la UCM, máster MBA y Cursos Superiores en Finanzas, Medios de Comunicación y Comercio Internacional. Socio, administrador y director de logística en Bounty Develops, S.L. (Madrid). Socio-fundador y Administrador de Consproy, S.L., empresa de construcción y desarrollo especializada en proyectos de manufactura, logística, mantenimiento y gestión inmobiliaria. División de asesoría logística y gestión de la cadena de suministros en Locket Research. Ex Director de Relaciones Empresariales del Instituto Tecnológico Autesel de Andalucía. Profesor homologado en EOI (Escuela de Organización Industrial), Publicación de diversos libros formativos.



#EUDEpartners

Partners Internacionales en Educación

EUDE Business School tiene como principales avales universitarios y *partners* académicos a universidades en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, lo que permite a sus alumnos acceder a títulos universitarios propios y oficiales.

Partners Corporativos

EUDE Business School trabaja con más de 1.200 empresas nacionales e internacionales, con el objetivo de potencializar el desarrollo de los alumnos.

PARTNERS EDUCATIVOS



Madrid, España



Madrid, España



Cassino, Italia



Roma, Italia



Quilmes, Argentina



Medellín, Colombia



Monterrey, México



Lima, Perú

PARTNERS CORPORATIVOS



EUDE talent

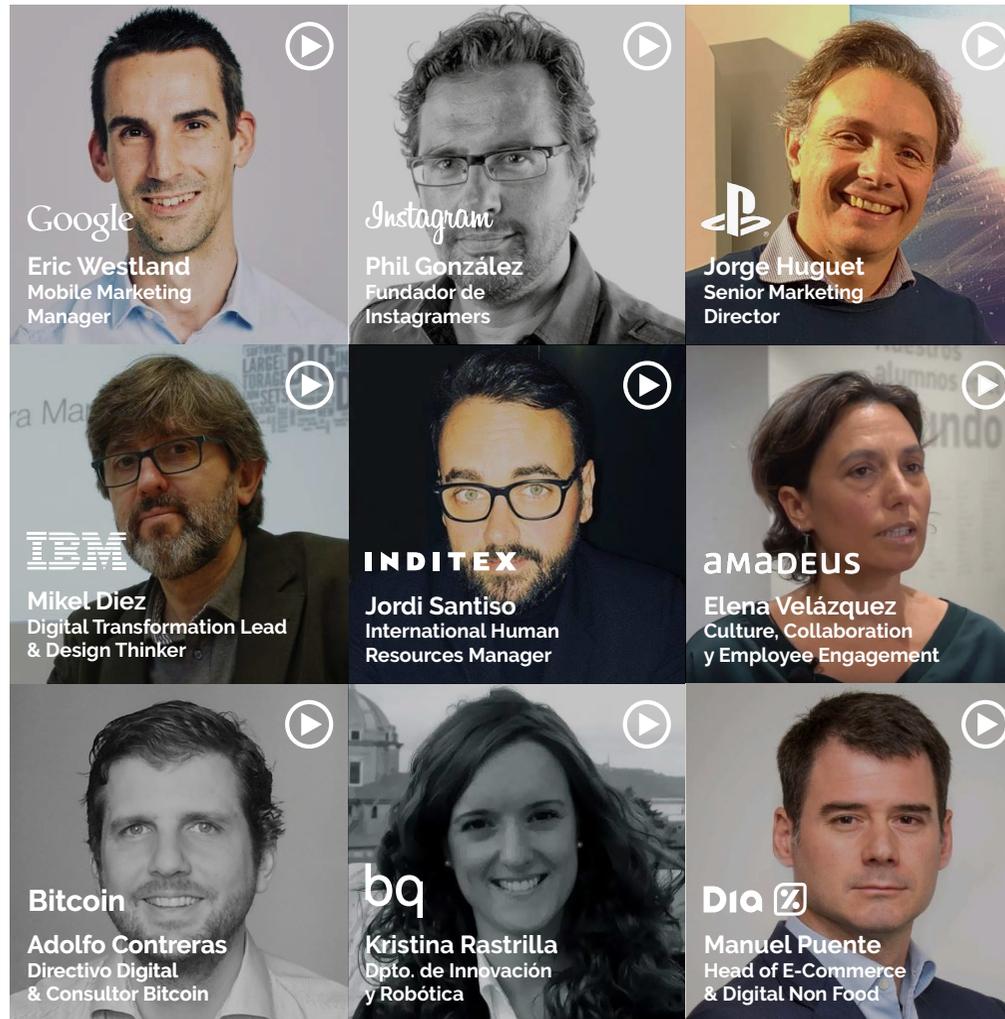
EUDE Business School es una escuela de negocios en continuo desarrollo y crecimiento que ofrece a sus alumnos una formación innovadora, adaptada a las necesidades del mercado laboral.

Gracias a los acuerdos que EUDE mantiene con grandes empresas, se ha logrado que el 95% de alumnos encuentre trabajo o mejore su situación laboral.



#EUDEtalks

En **EUDE Business School** se quiere acercar la innovación y las nuevas tendencias del mercado a sus alumnos. Por ello, como complemento a la formación de posgrado ofrece conferencias y eventos con líderes de empresas a nivel internacional que les permite ampliar sus conocimientos y enriquecer su *networking* desde el primer día.





EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

SEDE PRINCIPAL

C/ Arturo Soria, 245 Edificio EUDE CP: 28033 Madrid, España.

T. (+34) 91 593 15 45

#WEARE**EUDE**

eude.es

DELEGACIÓN EN COLOMBIA - C/98 # 9A - 41. Oficina 204.
Bogotá DC, Colombia. T. (+57) 635 24 97

DELEGACIÓN EN ECUADOR - C/ Catalina Aldaz y Portugal
Edificio La Recoleta, Oficina 71. 7mo piso Quito-Ecuador
T. (+593 998444631)



Acreditaciones:

