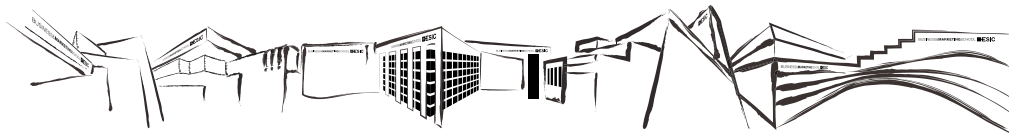


PROGRAMAS POSTGRADO

Programa Superior de Dirección de Negocios Internacionales [PSDNI]

Programa de alto impacto que perfecciona las competencias, estrategias y habilidades comerciales necesarias para gestionar y trabajar internacionalmente.

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**



BUSINESS & MARKETING SCHOOL



LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES DE ALTA CUALIFICACIÓN, FORJADOS CON VALORES ÉTICOS, JUNTO CON NUESTRA VOCACIÓN INVESTIGADORA SON LOS TRES PILARES SOBRE LOS QUE SE APOYA NUESTRO PROYECTO. NUESTRA ALTA VINCULACIÓN CON LA EMPRESA NOS HA PERMITIDO ENLAZAR DOCENCIA Y REALIDAD EMPRESARIAL, DOTAMOS A TODOS LOS PROGRAMAS DE LA FLEXIBILIDAD QUE PERMITE A LOS PROFESIONALES QUE SALEN DE NUESTRAS AULAS ESTAR REALMENTE CAPACITADOS PARA ENFRENTARSE A LOS RETOS DE LA EMPRESA MODERNA Y QUE AFRONTEN EL FUTURO CON POSIBILIDADES REALES DE ÉXITO. PROMOVEMOS UN ELEVADO NÚMERO DE ACTIVIDADES DONDE CONTAMOS CON LA PRESENCIA DE RELEVANTES MIEMBROS DE LA EMPRESA: CONFERENCIAS, FOROS, MASTERCLASSES, PRACTICE DAYS, ETC.

+50.000
ANTIGUOS ALUMNOS



10 CAMPUS EN ESPAÑA
2 CAMPUS EN BRASIL

5 ÁREAS DE ACTIVIDAD
GRADO / POSTGRADO / EXECUTIVE
EDITORIAL / IDIOMAS



+123 UNIVERSIDADES
Y ESCUELAS DE NEGOCIOS
EN **+40** PAÍSES

VINCULACIÓN
CON EL **MUNDO EMPRESARIAL**
Y FOMENTO DEL **EMPRENDIMIENTO**



FORMACIÓN
EN COMPETENCIAS DE LA
ECONOMÍA DIGITAL

PREMIOS ASTER
RECONOCIMIENTO DE LOS LOGROS
DE PROFESIONALES Y EMPRESAS



CLAUSTRO
DE PROBADA CALIDAD DOCENTE
Y PROFESIONAL

CONVENIOS
CON **+2.000 EMPRESAS**



HOY ES MARKETING [HEM]
ENCUENTRO ANUAL
DE PROFESIONALES DEL MARKETING

LA CALIDAD DE NUESTROS PROGRAMAS ESTÁ AVALADA POR ACREDITACIONES CONCEDIDAS POR INSTITUCIONES NACIONALES E INTERNACIONALES





ESIC, BUSINESS & MARKETING SCHOOL,
CONSCIENTE DE LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO
INTERNACIONAL, ASUME EL RETO DE FORMAR
DIRECTIVOS CAPACES DE ENFRENTARSE CON ÉXITO
A LA CADA VEZ MAYOR EXIGENCIA DE LOS MERCADOS.

En la actualidad la internacionalización de nuestras empresas y el incremento de la actividad exportadora suponen uno de los retos más relevantes para la construcción de un modelo productivo más equilibrado, no centrado exclusivamente en el consumo interno y la inversión.

ESIC ha diseñado este Programa recogiendo los aspectos claves de los programas de larga duración así como las características propias de la formación continua. Contempla las diversas áreas de conocimiento y herramientas que han de manejar los directivos responsables del área internacional para evaluar su actual estrategia de desarrollo en los mercados internacionales y redefinirla para el logro de sus objetivos empresariales.

Para ello PSDNI, encadena los contenidos teóricos necesarios bajo las diferentes metodologías propias de cada módulo que además cuentan con un cuadro de profesionales expertos en comercio exterior con amplia experiencia docente.

La vocación del cuadro docente de ESIC es promover la internacionalización de las empresas españolas para contribuir a su competitividad y aportar valor a la economía en su conjunto.



**Formando profesionales
del comercio exterior**



// Aspectos diferenciales

- // Programa intensivo, de tres meses de duración
- // Totalmente compatible con la actividad profesional, al ser viernes tarde y sábado mañana.
- // Eminentemente práctico e interactivo.
- // Actualizado, incluyendo un módulo de comercio digital.
- // Exhaustivo, ya que toca todas las áreas clave del comercio exterior.
- // De calidad, porque aplica el conocimiento de 30 años dando Máster de internacionalización.
- // De prestigio, porque está soportado por ESIC Business & Marketing School.

// Objetivos del programa

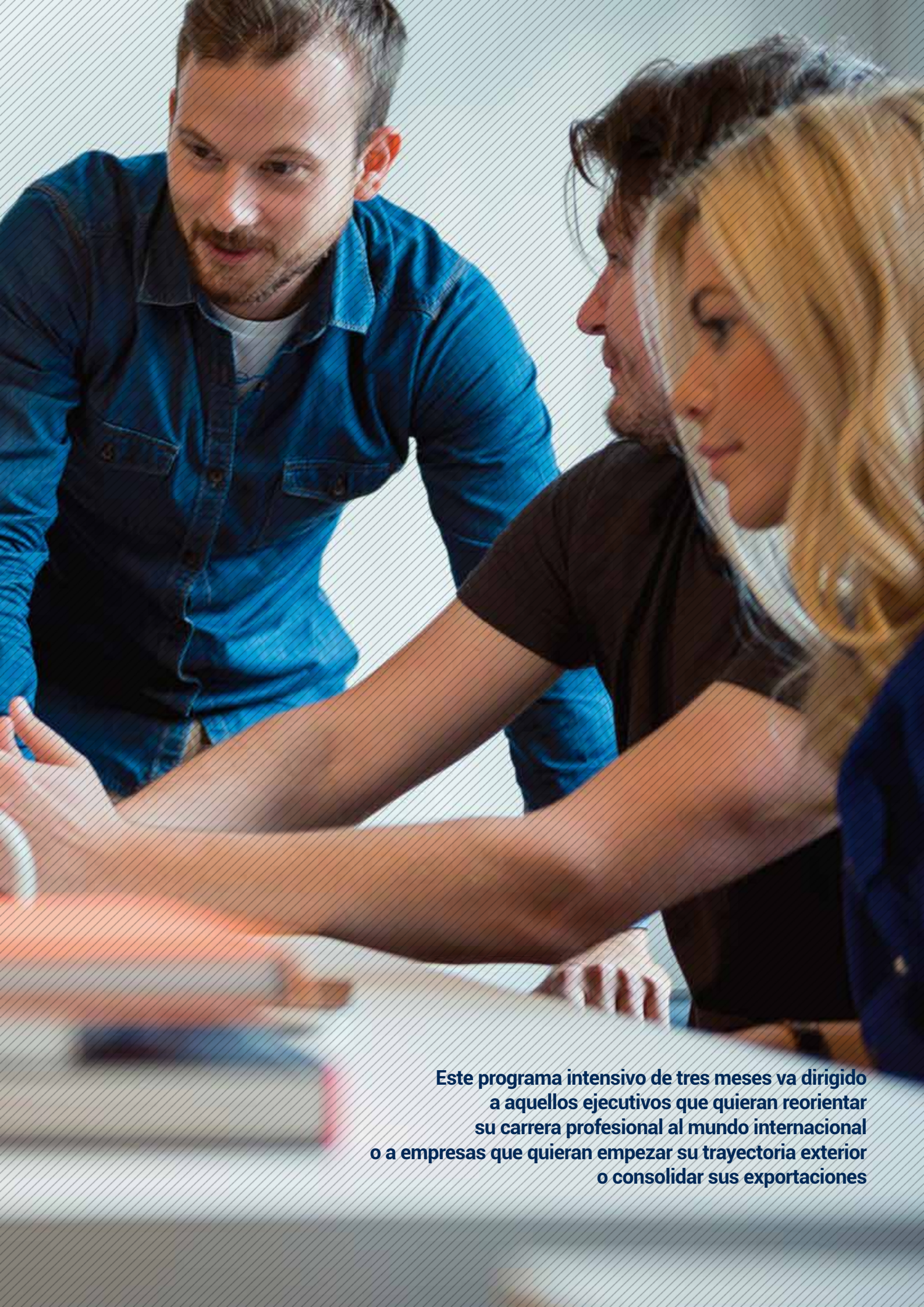
Proporcionar herramientas teórico prácticas para analizar el proceso de internacionalización de las empresas e impulsar las ventas en el exterior.

- // Propiciar la reflexión sobre los elementos clave para la evaluación y diseño de las posibles estrategias de crecimiento en los mercados exteriores.
- // Facilita la metodología para la planificación del marketing mix internacional y proporcionar criterios para analizar y seleccionar mercados internacionales, incidiendo en la identificación de las fuentes de información para la detección de oportunidades de negocio.
- // Revisar los procesos de la operativa internacional: gestión de la cadena de suministro, contratación y operativa aduanera con objeto de optimizar su gestión.
- // Analizar las distintas posibilidades de financiación de las operaciones internacionales y los riesgos y costes de los medios de cobro y pago.

// Claustro

El programa está impartido por profesionales del Comercio Internacional que aportan su experiencia a través de una labor pedagógica sencilla, práctica y comprensible.





Este programa intensivo de tres meses va dirigido a aquellos ejecutivos que quieran reorientar su carrera profesional al mundo internacional o a empresas que quieran empezar su trayectoria exterior o consolidar sus exportaciones

PSDNI

// Dirigido a:

// Profesionales de otros campos, con al menos cuatro años de experiencia profesional general, que quieran reorientarse al comercio exterior, tanto para exportación, como para importación.

// Empresarios/as y gerentes de empresas que quieren empezar a exportar o que ya han empezado, pero que necesitan estructurar y consolidar sus conocimientos.

// Ejecutivos de banca y cajas, Administraciones Públicas, empresas de transporte, etc. , que trabajan dando servicios a empresas que quieren exportar o que ya exportan o importan.

// Otros profesionales que ya estén trabajando en el área de exportación, pero que quieran homologar sus conocimientos prácticos con un Programa Superior de prestigio.

120

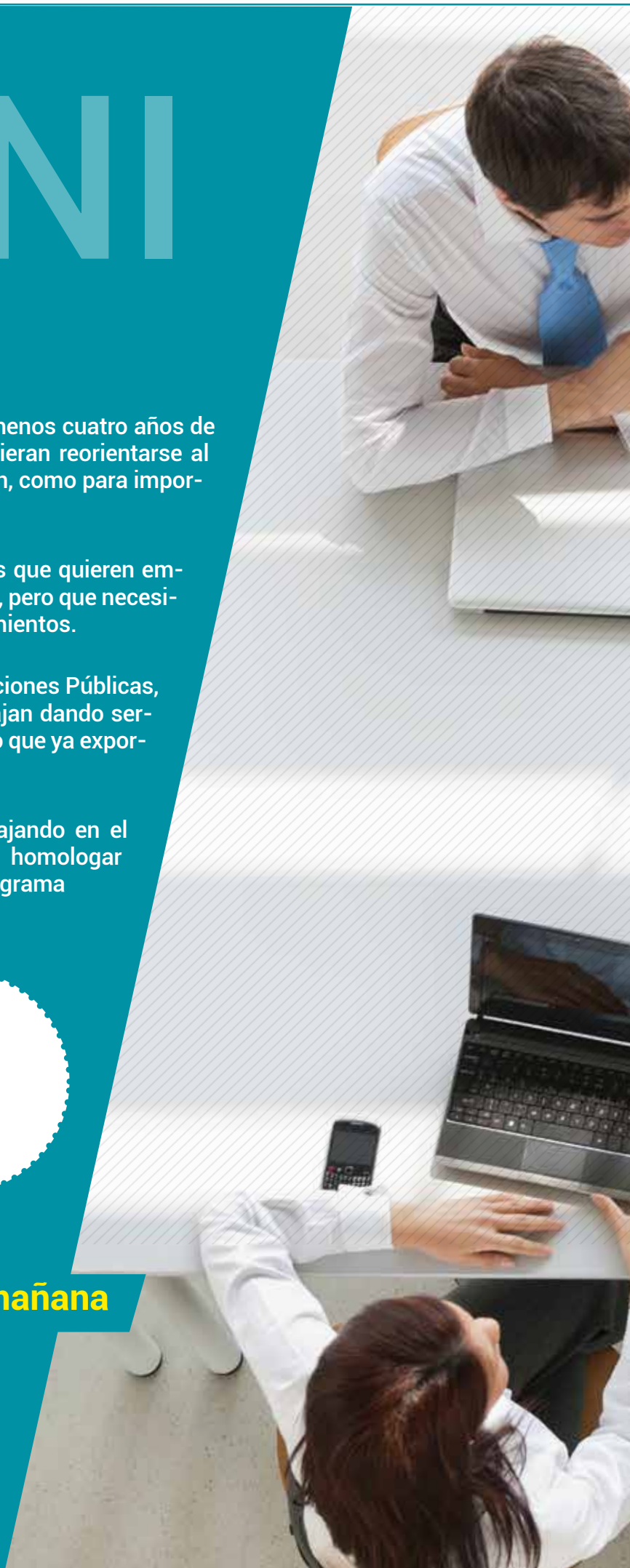
horas

3

meses

Horario:

Viernes tarde y sábados mañana





// Metodología de trabajo:

- //** Exposiciones teóricas del profesorado.
- //** Grupos de trabajo para la discusión y puesta en común.
- //** Análisis y discusión de casos prácticos.
- //** Desarrollo de un proyecto final por grupos de trabajo, fundamentado en una idea de proyecto real.
- //** El Proyecto se presentará ante un tribunal después de finalizado el periodo de clases lectivas.

Programa Superior de Dirección de Negocios Internacionales [PSDNI]

Desarrollo del programa:

GESTIÓN DE OPERACIONES INTERNACIONALES

01// PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO.

El entorno internacional de los negocios y la internacionalización de la empresa.

Presentar el entorno internacional actual donde operan todas las empresas internacionales. Estudiar las fuentes de competitividad de las empresas multinacional.

Analizar las áreas funcionales de las empresas en un contexto internacional. Comprender los motivos que llevan a la empresa española a internacionalizarse. Identificar los principales obstáculos a la internacionalización de la empresa española. Conocer las principales herramientas utilizadas para los primeros pasos de la internacionalización.

- Introducción general: Conceptos generales y datos macroeconómicos.
- Internacionalización: Principales ventajas, obstáculos, riesgos, proceso y consideraciones diversas.
- Teorías del Comercio Internacional. Historia, evolución reciente y tendencias actuales.
- Las herramientas para la internacionalización: Las misiones comerciales, las ferias en el extranjero, Internet y otras herramientas IT.
- Mercados maduros y emergentes: Los países del Sur de Europa. Los países del Centro y Norte de Europa. Los países emergentes (BRIC's, CIVET, VISTA).

02// INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES.

La internacionalización desde el contexto y perspectiva de la pyme.

El reto de la Internacionalización para la PYME. La adaptación de la estructura empresarial de la PYME para este proceso. Implicaciones de la Internacionalización en los diferentes departamentos funcionales de la empresa.

- La exportación en las PYMES. Organización del departamento de exportación. Creación/funcionamiento de la red comercial.
- Case Study de una PYME. Debate y puesta en común. Conclusiones.
- Proyecto práctico PYME: Inicio actividad de exportación, preparación y planificación, implicaciones por departamentos /áreas funcionales.

03// FORMAS DE ACCESO Y LOGÍSTICA.

Las formas de entrada. Gestión del Comercio Exterior. Los Incoterms 2010, operativa aduanera, la logística y el transporte internacional, seguro en el transporte internacional.

Las formas de entrada al país. Informar y sensibilizar sobre la necesidad de la cooperación en el proceso de internacionalización de las empresas.

Conocer los diferentes modos de entrega de las mercancías en el Comercio internacional. Conocer todas las normativas para conseguir los objetivos fijados. Conocer la transmisión de riesgos entre el exportador y el importador.

Revisar los procedimientos y las formalidades que se exigen para el despacho aduanero, así como de la fiscalidad a tener en cuenta en cada una de las operaciones de comercio exterior e intracomunitario.

Obtener el mayor rendimiento y eficacia en la actuación de las empresas, evitando pagos innecesarios al utilizar los regímenes aduaneros más apropiados al tipo de transacción que éstas van a realizar. Conocer las formalidades que se exigen para la importación, exportación y compra-venta de mercancía intracomunitaria, para rentabilizar al máximo las operaciones.

Conceptos básicos: historia, el transporte. Conocer los diferentes tipos de transporte utilizados en el comercio internacional, la normativa aplicable en cada tipo de transporte, la importancia de la optimización del transporte internacional en el momento actual, el tipo de transporte adecuado al tipo de mercancía a exportar, los tipos de embalaje utilizados en el comercio internacional y la normativa aplicable en cada caso y el tipo de embalaje ideal según el proceso logístico posterior a realizar.

Presentar la importancia que tienen los diferentes seguros centrándose en la cobertura del ramo del transporte internacional. Analizar la legislación en materia de seguros y transporte de mercancías.

Estudio de la responsabilidad que en cada momento tienen los distintos actores intervinientes en el transporte. Presentación de las características del seguro en el transporte de mercancías.

- Las formas de entrada: Agente, Distribuidor, Filial, UTE'S, Alianzas, Joint-ventures, etc.
- Tendencias en los principales mercados internacionales.
- Importancia de ganar masa crítica. Diferentes alternativas de cooperación: consorcios, unidades agrupadas de exportación, joint-venture, etc.
- Qué es la ICC. Significado de los Incoterms 2000: Origen, desarrollo y utilidad. Incoterms 2000 y 2010. Obligaciones de las partes. Tipos de Incoterms 2010. Clases: "C", "D", "E" y "F".
- El seguro en el transporte.
- Transporte terrestre y marítimo.
- La Aduana: Procedimiento de despacho. Despacho provincial, regional o nacional, procedimiento simplificado de domiciliación.
- Operador Económico. Autorizado "OEA n Deuda aduanera.
- Régimen comercial de las Importaciones y Exportaciones.
- Regímenes aduaneros: Despacho a libre práctica. Tránsito comunitario y régimen TIR. Exportación. Importación temporal. Regímenes económicos.
- Áreas aduaneras exentas: Zona Franca. Depósito Franco. Depósito Aduanero.
- Valor en aduana y origen de las mercancías.
- Impuesto sobre el Valor Añadido.
- Conceptos básicos: Historia, el transporte como valor añadido, la comparativa entre los diferentes medios de transporte. El transporte aéreo: características principales. Tipos de contratos, tarifas y documentación necesaria. El transporte marítimo: características principales. Tipos de contratos, tarifas y documentación necesaria.
- El transporte terrestre: Características principales. Tipos de contratos, tarifas y documentación necesaria. El transporte por ferrocarril: Características principales. Tipos de contratos, tarifas y documentación necesaria.
- El transporte multimodal: Características principales. Tipos de contratos, tarifas y documentación necesaria.
- El embalaje de exportación: Diseño, materiales utilizados, funcionalidad, optimización, marcaje exterior según normas internacionales, los diferentes tipos de embalaje, diferentes tipos de palets. Materiales complementarios del embalaje.
- Procesos de reciclados de embalajes; agrupación y trincaje de cargas en el transporte internacional.
- Definición y características del transporte internacional. El régimen legal en el ramo del transporte. Establecimiento de las responsabilidades. Límites de indemnización en el transporte nacional e internacional. El seguro del transporte de mercancías. El seguro y los incoterms. El siniestro.

04// MARCO FINANCIERO Y PAGOS INTERNACIONALES. **La gestión del comercio exterior: alternativas de financiación internacional, análisis de los riesgos en los medios de cobro y pago, crédito a la exportación y seguro de crédito**

Profundizar en el conocimiento del impacto de la crisis económica en el comercio internacional y en las restricciones financieras que existen en la actualidad para financiar los proyectos empresariales. Analizar todas las alternativas de financiación existentes, tanto bancarias como no bancarias, con el objetivo de seleccionar la más adecuada en cada caso minimizando el coste de financiación de la empresa.

Proporcionar a los asistentes una metodología óptima para cubrir el riesgo de cambio tanto en importaciones como en exportaciones, explicando las características específicas de cada instrumento de cobertura, sus puntos fuertes y débiles. Analizar y optimizar la gestión del riesgo comercial eligiendo el medio de cobro más adecuado en cada caso. Adicionalmente se analizará cómo utilizar de forma eficiente todas las pólizas de cobertura que están disponibles en el mercado incluidas las que ofrecen CESCE y otras compañías.

Conocer la gestión del crédito comercial y político en la estrategia de internacionalización de la empresa. Las alternativas al seguro del crédito a la exportación.

- Efectos de las crisis financieras en el comercio internacional: Las restricciones a la financiación en la situación actual.
- Análisis de los puntos fuertes y débiles de las fuentes de financiación de la empresa: Financiación bancaria: préstamos, créditos, derivados OTC. Financiación directa en mercados: Mercado Alternativo Bursátil (MAB), emisiones de deuda.
- Project finance. Capital riesgo.
- Financiación de Importaciones y Exportaciones: Confirming/ Factoring/ Forfeiting.
- Financiación con apoyo oficial: Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD). Otras financiaciones multilaterales.
- El mercado de divisas y su funcionamiento: Mercado de contado (spot) y mercado a plazo (forward). Gestión del riesgo de cambio: instrumentos de cobertura.
- Análisis de riesgos en las compras y ventas internacionales: Riesgos extraordinarios (acts of God), políticos, comerciales, técnicos.
- Medios de pago internacionales. Clasificación y análisis: Medios de pago simples y documentarios (crédito documentario). Criterios de elección del medio óptimo en cada caso.
- Garantías y avales en comercio internacional.

- Gestión y cobertura del riesgo de crédito: Función de las ECA's (Export Credit Agency): CESCE, coberturas, pólizas más utilizadas, etc. El seguro de crédito a la exportación.
- Concepto de Crédito a la exportación. Problemática en países del tercer mundo. Los mecanismos que actúan y los agentes que intervienen. Las modalidades C.O.E. y el consenso OCDE. El crédito comprador extranjero y el crédito suministrador nacional.
- El seguro de las inversiones. El autoseguro y el auto seguro vs. seguro de crédito. El factoring y el factoring vs. seguro de crédito. El forfaiting. El riesgo país según COFACE y los datos macroeconómicos a tener en cuenta. La metodología de las calificaciones riesgo país.

05// MARCO LEGAL Y CONTRATACIÓN. Aspectos clave de la contratación y su cobertura legal.

Identificar y distinguir los elementos básicos que configuran el Contrato de Compra-venta Internacional como eje central de una operación de comercio internacional. Analizar el riesgo de impago. Formulas de resolución. Formular el Contrato de Trading, como mecanismo profesional de intermediación comercial.

Saber aplicar, desarrollar y negociar los contratos de Agencia y Distribución Comercial en una estrategia coherente de expansión internacional.

Conocer, la figura del Arbitraje Internacional como opción específica de resolución de los litigios internacionales.

- Conceptos generales de la contratación internacional: Riesgos en el CI. Ley reguladora y la norma de conflicto.
- El Contrato de Compra-Venta Internacional, cláusulas más relevantes: Análisis del riesgo de impago y fórmulas para evitarlo. El sentido literal del contrato y su entorno. El análisis de sus cláusulas. Relaciones entre Trader-Importador-Exportador. Necesidad de formular una estrategia concreta.
- Los Contratos de Intermediación. Análisis del Contrato de Distribución y Agencia Internacional: Marcos reguladores. Aspectos más relevantes de estos contratos
- Análisis de las principales cláusulas. La resolución de conflictos en el comercio internacional. a. Arbitraje frente a solución jurisdiccional: Ventajas e inconvenientes.
- Fiscalidad de las operaciones internacionales.

MARKETING INTERNACIONAL

06// ASPECTOS CLAVE DEL MARKETING EN OPERACIONES INTERNACIONALES. El Plan de Marketing Internacional

Desarrollar el proceso de toma de decisiones de las variables del plan de marketing internacional, relacionándolo con la estrategia internacional de la empresa y con las limitaciones que presentan las diferencias en los distintos entornos culturales, socio-económicos y político-legales. Analizar el plan de marketing desde la perspectiva de gestión global de negocio, y desarrollo de los planes locales de actuación. Gestión y control de los recursos necesarios para la implementación de las estrategias internacionales.

- Definición de MK Internacional. Conceptos previos. Mundo globalizado. Hábitos de los consumidores. Etapas del proceso de compra. Decisión en el proceso de compra. Posicionamiento.
- Plan de marketing internacional: Claves del plan de marketing internacional. Fases y metodología de desarrollo del plan de marketing internacional. Presupuesto.
- Las 7 S's, las 4 P's y las 4 E's en las operaciones internacionales.
- La importancia de la Marca como generador de negocio y atracción de talento.

07// NEGOCIACIONES INTERNACIONALES. Cultural Swot.

Conocer el entorno cultural en el que se desarrollan las negociaciones Internacionales. Visión global de las diferentes culturas y sus reglas de comportamiento en el entorno profesional.

- Presentación de las matrices de comportamiento cultural de los principales países en el ámbito del negocio internacional.
- Modelo de Lewis. Diversos: Ben Trompenaars y John Mole.
- Role-play, desarrollado por los asistentes. Debate y puesta en común. Conclusiones.

08// CASE STUDY. Aprendizaje a través de Casos Prácticos.

Incorporar el conocimiento del proceso de Internacionalización a través del estudio de casos reales experimentados por empresas.

- Se estudian en profundidad dos casos de empresas, de características muy diferentes, en su proceso de Internacionalización a lo largo de su historia.
- Metodología: Preparación del caso de manera individual con anterioridad. Trabajo en equipo. Debate y puesta en común. Conclusiones.

09// INTERNATIONAL BUSINESS PLAN. El proyecto de internacionalización.

Conocer como realizar un plan de negocio Internacional. Sus diferentes apartados, su elaboración. Aspectos ligados al mismo. Recursos económicos y humanos.

- Conceptos previos: Situación actual. Nuevo entorno. Nuevos enfoques. Planteamiento y metodología. Misión. Cultura corporativa. Objetivos del IBP.
- Etapas del IBP:

- **Planificación:**
(Análisis de la situación, DAFO/CAME, las 5 Fuerzas de Porter, Pest análisis, nuestra competencia, Mapa de Oportunidades, Criterio de selección país potencial, Diferentes modelos de entrada).

Organización:

Recursos materiales, recursos Humanos. Talento como aspecto clave del proceso. Recursos económicos.

Dirección:

Operativa y estratégica. Destinatarios. Alineación. Comunicación. Responsabilidad.

Control:

Presupuesto. Cuenta de Resultados. Cuadro de Mandos. Plan de contingencia.

COMERCIO Y NEGOCIO DIGITAL INTERNACIONAL

10// OPORTUNIDADES DE LOS MERCADOS DIGITALES. El negocio digital internacional.

Conocer las herramientas digitales para la detección de oportunidades empresariales y la planificación y gestión de campañas de B2B o B2C. Presentar los elementos para el análisis de la venta en los mercados digitales. Reflexionar desde la óptica de la internacionalización sobre las oportunidades que ofrecen las herramientas digitales para la apertura de nuevos mercados y el desarrollo del e-Commerce.

- Detección y gestión de oportunidades negocios internacionales. Estrategias de posicionamiento digital. Campañas para la apertura de nuevos mercados. Búsqueda de socios en las redes digitales. Herramientas tecnológicas para la internacionalización de la empresa. Utilización de plataforma de e-Commerce.
- Claves para la construcción de una web de comercio electrónico. Estructura tecnológica necesaria. Logística y fulfillment asociado. Plataformas y medios de pago.

PROYECTO FINAL.

// PROYECTO FINAL. Presentación de los proyectos.

Realizar, durante la duración del curso, un Business plan Internacional completo. La base de estudio se desarrolla sobre una empresa existente que no esté internacionalizada. Se dispone de varias tutorías para la correcta preparación y gestión del proyecto.

www.esic.edu

 facebook.com/esic

 twitter.com/esiceducation

 tinyurl.com/ESIC-LinKedin

 plus.google.com/+EsicEs/posts

 instagram.com/esiceducation

 youtube.com/ESICmarketing

 www.esic.edu/etrends

ESIC Madrid

//Avda. Valdenigrales s/n
//Pozuelo de Alarcón · 28223 Madrid
//91 452 41 00

//Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid
//executive@esic.edu
//91 744 40 40

ESIC Barcelona

//C/ Marià Cubí, 124 · 08021 Barcelona
//info@ismarketing.com
//93 414 44 44

ESIC Valencia

//Avda. de Blasco Ibáñez, 55 · 46021 Valencia
//info.valencia@esic.edu
//96 361 48 11

ESIC Sevilla

//Edificio de la Prensa
//Avda. de Carlos III, s/n. 41092 Isla de la Cartuja (Sevilla)
//info.sevilla@esic.edu
//95 446 00 03

ESIC Zaragoza

//Vía Ibérica, 28-34. 50012 Zaragoza
//info.zaragoza@esic.edu
//976 35 07 14

ESIC Málaga

//C/ Severo Ochoa, 49
//Parque Tecnológico de Andalucía · 29590 Campanillas
//info.malaga@esic.edu
//952 02 03 69

ESIC Pamplona

//ESIC - CLUB DE MARKETING DE NAVARRA
//Avda. de Anaitasuna, 31 · 31192 Mutilva
//info.pamplona@esic.edu
//948 29 01 55

ESIC Bilbao

//CÁMARA DE COMERCIO DE BILBAO
//C/ Licenciado Poza, 17 · 48011 Bilbao (Vizcaya)
//formacion@camarabilbao.com
//94 470 24 86

ESIC Granada

//ESCUELA INTERNACIONAL DE GERENCIA
//C/ Eduardo Molina Fajardo, 20 · 18014 Granada
//master@esgerencia.com
//958 22 29 14