



instituto **euotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Mercados y Comercio Internacional

**MIRE A LO MÁS ALTO, CON LA FORTALEZA DE
NUESTRA EDUCACIÓN PERSONALIZADA**

En **IEE**, un alumno no es un **TODO**, es una persona en convivencia directa y permanente con sus orientadores; no limitándonos a auto respuestas automáticas o explicaciones retroalimentaciones genéricas. Nos adaptamos a las propias potencialidades y dificultades de cada alumno, respondiendo a sus inquietudes y necesidades particulares.

IEE, con su metodología **PERSONALIZADA** expuesta y, pionera en masters por internet, dio soluciones al importante incremento en la demanda de formación empresarial a raíz de la incorporación de España a la Unión Europea.

Posteriormente, además de seguir la evolución global, el liderazgo alcanzado, primeros rankings de Escuelas de Negocios, nos permitió dedicarle especial atención a Latinoamérica y actualmente a Marruecos, haciendo planes con Becas, acuerdos con Universidades, Escuelas Superiores, Empresas... dando posibilidades reales al poder adquisitivo y a la gran inquietud educativa en países con los que nos unen especiales vínculos.



Antonio Paleo Pedre
Director General
Eurotechnology Empresas



Primeros Rankings
Internacionales
Business Schools



instituto **eurotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Mercados y Comercio Internacional

Son muchas las Empresas que no se dan cuenta de la importancia de la apertura y globalización de Mercados, hay quien lo entiende como una invasión de la competencia, otros que no estamos preparados y no hacemos nada para conseguirlo.

Entendamos no sólo la realidad de Mercados Objetivos externos para nuestros productos, veamos también todo lo que significa poder importar sin proteccionismos ni aranceles, poder competir aquí ofreciendo productos con la calidad y el precio que nuestros clientes esperan de nosotros y, sin estar sometidos a veces a caprichos de algunos proveedores.

Objetivos

El objetivo básico que inspira la oferta del Master en Comercio Internacional y Logística es dar respuesta a una necesidad de formación, en el ámbito de la comercialización de productos y servicios en un entorno internacional. La competitividad de las empresas en un mundo globalizado se consigue en la forma en que se introducen en los mercados internacionales, desarrollando ventajas competitivas que están fundamentadas en la sincronización de múltiples actividades en el campo de la técnicas de comercio exterior, la logística y la cadena de suministro.

A quién se dirige ?

Profesionales, Empresarios con visión de conocer y ampliar mercados y necesiten complementar la formación práctica en entornos legales distintos e interculturales o Universitarios que estén interesados en incorporarse a las tareas de consultoría en internacionalización de empresas, asesoramiento y gestión del comercio.





instituto **eurotechnology** empresas

Business School
 Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
 Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
 Cámara, Coruña, España, E-9.321
 Fiscal, CIF, B-15709504
 www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Aprende A tu Propio Ritmo



Estudia en Modalidad Virtual -Online- Desde Cualquier País del Mundo.

Con la Modalidad Virtual... "**Aprendes a tu Propio Ritmo**", por que tu decides el tiempo que dedicas y qué tan rápido deseas terminar el programa de estudios. Sólo necesitas de una Computadora con conexión a Internet y videocámara.

El **Título IEE** adquirido es el mismo que en la Modalidad presencial por ser considerado en directo y Apostillado por el **Convenio Internacional de la Haya** dándole valor documental Internacional.

Puede iniciarse en cualquier época del año dependiendo de las plazas disponibles.

Una vez te has matriculado, contarás con acceso a nuestras Ayudas de Aprendizaje Online:

- CHAT ● VIDEOCONFERENCIA ● EMAIL
- FOROS DE DISCUSION ● MATERIAL DE ESTUDIO
- TUTORIA VIRTUAL PERSONALIZADA



www.i-e.es



instituto **eurotechnology** empresas

Business School
 Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
 Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
 Cámara, Coruña, España, E-9.321
 Fiscal, CIF, B-15709504
 www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Ayudas De Aprendizaje Modalidad Virtual



Email: Se te da un email (si no tienes uno adecuado) **alumno@i-e.es** para toda clase de comunicación directa con tus Profesores, recibir lecciones, enviarnos tus trabajos, consultas, explicaciones...



Foros: Los foros **IEE** son un escenario de comunicación por internet, donde se propicia el debate, la concertación y el consenso de ideas. Es una herramienta que te permite **PUBLICAR** un mensaje en cualquier momento, quedando visible para que otros usuarios o participantes de cualquier País puedan contestarte.



Chat: **DEBATES** con alumnos de todo el Mundo cuando los veas conectados en el **Campus-link Chat de IEE** y con programas seguros y comunes como: **Yahoo, Messenger, Skype**....con tus Tutores concertando previamente día y hora.



AudioChat: **HABLAS** con alumnos de todo el Mundo cuando los veas conectados en el **Campus-link Chat de IEE** y con programas seguros y comunes como: **Yahoo, Messenger, Skype**....con tus Tutores concertando previamente día y hora.



Videoconferencia: Si deseas una comunicación más personal **VES Y HABLAS** con cualquier miembro de la comunidad internacional **IEE**.



Lecciones en PDF: Explicaciones, ejemplos resueltos y casos a resolver. Dichas lecciones son explicaciones de técnicas y decisiones que tomaron con éxito diversas empresas de todo el Mundo. Una vez analizado y consultado dudas si lo necesitaras, resuelves un **CASO** situación propuesto, entendiéndolo desde los parámetros de la ciencia, de su creatividad y aportación personal como si ello fuera el futuro de Tu empresa.





instituto **eurotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Mercados y Comercio Internacional

Duración del Programa de Estudios:

El tiempo homologable internacionalmente de una Maestría es de **800 horas** en adelante. No obstante hay países que denominan sus propios tiempos.

Dichas horas las distribuyes según tus posibilidades dentro de los 24 meses convenidos para el MBA y 12 para las Maestrías.

Dichas horas las distribuyes según tus posibilidades dentro de los meses convenidos.



Importante:

El **Título IEE** adquirido es el mismo que en la Modalidad presencial por ser considerado en directo y Apostillado por el **Convenio Internacional de la Haya** dándole valor documental Internacional como Máster Profesional Privado.

MODULO I

Cultura Empresarial
Entender su Empresa

MODULO II

Macroeconomía
para la toma de Decisiones

MODULO III

Investigación
de Mercados

MODULO IV

Elementos de
Marketing Internacional

MODULO V

Estrategia y
Comercio Exterior

MODULO VI

Estrategias de
Penetración

MODULO VII

Estrategia de Precios

MODULO VIII

Operativa del
Comercio Exterior

MODULO IX

La Calidad y
El Marketing Mix

MODULO X

Medidas para evitar
la doble Imposición Int.

MODULO XI

Planificación Fiscal
Internacional y Holding

MODULO XII

Planificación
Comercial

MODULO XIII

Organización
Comercial

MODULO XIV

Logística
y Distribución

MODULO XV

Gestión de Almacenes

MODULO XVI

Presupuesto de Ventas

MODULO XVII

Costes y Resultados

* El Programa de estudio podrá ser modificado para mantenerse actualizado con la vanguardia educativa.



instituto eurotechnology empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Mercados y Comercio Internacional

I

Cultura de Empresa. Entender su Empresa.

- Concepto de cultura de empresa
- Características
- Elementos de la cultura empresarial
- Tipos
- Desarrollo de la cultura empresarial
- Diagnóstico de la cultura existente
- Evaluación y armonización de la cultura con la estrategia empresarial
- Configuración
- Control de manifestaciones culturales
- Anexo
- Casos prácticos resueltos y a resolver.

II

Macroeconomía para la toma de decisiones

- Qué es la Macroeconomía
- Conceptos Básicos
- Curva IS y LM
- El Banco Central, Funciones y Política Monetaria
- Política Fiscal Vs. Política Monetaria
- El Mercado de Trabajo: La curva de Phillips
- La Balanza de Pagos
- El tipo de Cambio
- La inflación: Políticas y Efectos
- Los Ciclos Económicos
- Casos prácticos resueltos y a resolver

III

Investigación de Mercados

- Concepto de mercado
- Estudios de mercado
- Inicio de la investigación comercial
- Ámbito de aplicación y objetivos
- Integración en los procesos de planificación
- Organización de la investigación de mercado
- Modelos de investigación comercial
- Proyecto de investigación de mercados
- Fases operativas de un estudio de mercado
- El cuestionario
- Normas de un cuestionario estándar
- Tipos de preguntas y cuestionarios
- Etapas en la redacción del cuestionario
- Oferta y demanda
- Estudio de la competencia
- Negociación
- Investigación internacional de mercado
- Casos prácticos resueltos y a resolver



instituto eurotechnology empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Mercados y Comercio Internacional

IV

Elementos de Marketing Internacional

Política de producto
La Gama, la Marca, Diseño e Imagen
Sensibilidad del Consumidor hacia las Marcas
El Precio: Decisiones sobre el precio, Tácticas
El mercado: Análisis del Tamaño, Distribución
Promoción de ventas
Casos prácticos resueltos y a resolver

V

Estrategia y Comercio Exterior

Estrategia y mercados internacionales
Ventajas competitivas
Formulación de la estrategia
Internacionalización de la empresa
Grandes tendencias de la economía mundial
Casos prácticos resueltos y a resolver

VI

Estrategia de Penetración

Marketing internacional: opción o necesidad
Selección de los mercados internacionales.
Factores de beneficio, crecimiento y riesgo
Selección de los mecanismos de penetración
Casos prácticos resueltos y a resolver

VII

Estrategia de Precios

Diferenciación de producto
Tipos de mercado y su relación con los precios
Fijación de precios
Umbral de rentabilidad
Estrategias de precio
Fijación de precios en empresas distribuidoras
Casos prácticos resueltos y a resolver

VIII

Operativa del Comercio Exterior

Entorno exterior
Investigación de mercados exteriores.
Estructura básica de un estudio de investigación y selección de mercados exteriores
Los derechos de Aduana
Elementos del valor en Aduana
Concepto de origen de las mercancías
Régimen de tránsito comunitario
Regímenes aduaneros económicos
Casos prácticos resueltos y a resolver



instituto **eurotechnology** empresas

Business School
Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
Cámara, Coruña, España, E-9.321
Fiscal, CIF, B-15709504
www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Mercados y Comercio Internacional

IX

La Calidad y el Marketing Mix

El Quality Management
Costes de calidad
Fines de la calidad total
Requisitos previos para mejorar la gestión
Perfil de una empresa con problemas de calidad
Necesidad de todos los Recursos Humanos
Plan de calidad
Implantación del sistema
El servicio
Casos prácticos resueltos y a resolver

X

Medidas para evitar la Doble Imposición Internacional

Doble Imposición Internacional
Definición y criterios de Imposición
Características de la Doble Imposición Internacional
Doble imposición económica y jurídica.
Causas de la Doble imposición Internacional
Supuesto de la Doble Residencia
Mecanismos para evitar la doble imposición
Casos prácticos resueltos y a resolver

XI

Planificación Fiscal Internacional y Holding

Planificación Fiscal Internacional y Elusión Fiscal
Principios de la Planificación Fiscal Internacional
Estrategias Fiscales Internacionales
Paraísos Fiscales y Territorios de Baja Tributación
Estructuras Fiscales Internacionales
Tipos de Sociedades
Casos prácticos resueltos y a resolver

XII

Planificación Comercial

Evolución de la función comercial
Tendencias dominantes
Planificación de ventas
Previsión de ventas
Cuotas de ventas
Plan de desarrollo comercial
Implicación del equipo comercial en la planificación
Planificación del trabajo con los grandes clientes
El mando intermedio en ventas
Técnicas de dirección
Casos prácticos resueltos y a resolver



instituto eurotechnology empresas

Business School
 Centro Comunitario Superior de Negocios, Post-Universitario y Executive
 Registro M. Oficial: Coruña, España, tomo 2.278-36
 Cámara, Coruña, España, E-9.321
 Fiscal, CIF, B-15709504
 www.i-e.es | info@i-e.es

ONLINE (800 horas)

Email



Foros



Chat



Audioconferencia



Videoconferencia



Master en Mercados y Comercio Internacional

XIII

Organización Comercial

- La organización comercial
- Criterios y principios de organización
- Estructura de la organización comercial
- Organización del equipo de ventas
- Problemas derivados de la falta de organización
- Cambios en la estructura comercial
- Formas de organizar la red de ventas
- Dimensionamiento de la fuerza de ventas
- Casos prácticos resueltos y a resolver

XIV

Logística y Distribución

- Organización de la Logística
- Estrategia de la función Logística
- Distribución física
- Redes logísticas
- Casos prácticos resueltos y a resolver

XV

Gestión de Almacenes

- Gestión de stocks
- Clasificación de los stocks
- Punto de pedido
- Stock de seguridad
- Planes de definición de los stocks
- Gestión almacenes de aprovisionamiento
- Informatización de almacenes
- Casos prácticos resueltos y a resolver

XVI

Presupuesto de Ventas

- Presupuesto de ventas
- Distribución por periodos
- El reparto por zonas
- Distribución por productos
- Presupuesto de gastos de "marketing"
- Casos prácticos resueltos y a resolver



CONVENIOS:

- Aviancataca (Colombia)
- Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas IECE
- Policía Nacional de Colombia
- Ifarhu (Panamá)
- Centro de Estudios Bancarios CEBANC (Paraguay)
- Unitec (Colombia)
- Oficina de Becas y Crédito Educativo OBEC (Perú)
- Fundación Universitaria del Área Andina (Colombia)
- Corporación Educativa Columbia (Perú)
- Fuerzas Militares de Colombia ACORE
- Icetex (Colombia)
- Universidad Privada del Norte (Perú)
- Fundapec (República Dominicana)
- Corporación Universitaria Rafael Núñez
- Gobierno del Estado de Guanajuato GTO (México)
- Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)
- Universidad Manuela Beltrán (Colombia)
- Escuela Colombiana de Ingeniería "Julio Garavito" (Colombia)
- Corhuila (Colombia)
- Universidad de Cundinamarca (Colombia)
- Universidad Tecnológica de Tecamac (México)
- Fundación Universitaria INPAHU (Colombia)
- Institución Universitaria Salazar y Herrera

