

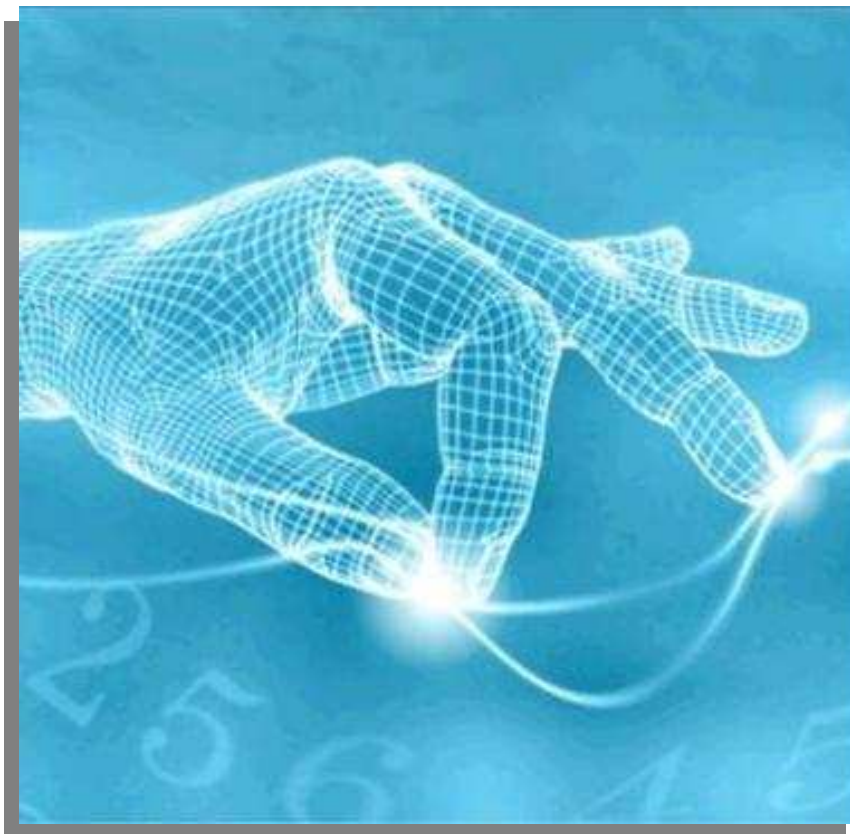


**UAC**  
Universidad de Aconcagua

**UAB**

Universitat Autònoma  
de Barcelona

*MASTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN  
DE EMPRESAS INTERNACIONALES  
(MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL)  
MODALIDAD ONLINE*



**DOBLE  
TITULACION**

*Una formación de alto nivel para  
afrentar el reto de la globalización*

### “Una formación de alto nivel para afrontar el reto de la globalización”

**El presente programa nace de la alianza interuniversitaria entre la Universidad de Aconcagua y la Universidad Autónoma de Barcelona (3º lugar de las mejores universidades españolas, del ranking del periódico El Mundo, 2009), las que han unido sus esfuerzos en formar profesionales con conocimientos, herramientas y valores que le permitan desempeñarse en el ámbito laboral nacional e internacional.**

Sin embargo, para mantenerse y crecer en un mercado cada vez más indiferenciado, caracterizado por la apertura y el uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación, las empresas necesitan personas habituadas a pensar de una manera global, capaz de identificar las oportunidades de negocio, de equilibrar las necesidades de los clientes y de saber definir y llevar a cabo estrategias competitivas de crecimiento en los mercados internacionales.

### “¿Cómo afrontar estos nuevos retos?”

La expansión internacional tiene que ser el componente central de una estrategia empresarial dirigida a conseguir un crecimiento sostenible del volumen de negocio, que implique, en definitiva, un cambio de cultura empresarial. Un elemento necesario y clave de esta estrategia y de este cambio de cultura es el desarrollo de las personas que, dentro de la empresa, han de impulsar la estrategia de internacionalización con visión de futuro, método, rigurosidad y eficacia.

Consientes de estas dificultades, la Universidad de Aconcagua y la Universidad Autónoma de Barcelona ofrecen un Máster especialmente pensado para la formación de expertos en estrategia y marketing internacional que permita al estudiante:

- La investigación y discriminación de mercados exteriores.
- Conocer toda la gestión documental de las operaciones de comercio exterior con las consecuentes extensiones legales y fiscales.
- El diseño del plan de marketing internacional.

## OBJETIVOS

---

Mediante el curso *Master en Dirección y Gestión de Empresas Internacionales (Marketing y Comercio Internacional)* el alumno accede a una completa formación en el ámbito del comercio internacional. Se trata en profundidad todos aquellos temas que la empresa necesita para controlar y realizar con éxito sus operaciones de compraventa internacional. Al acabar el curso el alumno estará en condiciones de realizar una operación completa de exportación/importación.

## RESUMEN

---

- **Modalidad** : On Line, a través de una innovadora plataforma.
- **Duración** : 12 meses.
- **Valor Académico** : 70 créditos.
- **Idioma** : Español.

**Estadía por 2 a 3 noches en Barcelona para certificación del programa (opcional)**

## POSTULACIONES

---

- ✓ **Inicio de Clases** : Noviembre de 2010

### *Requisitos de Postulación*

- ✓ Ser profesional titulado, con carrera universitaria de ocho semestres.
- ✓ Completar Solicitud de Postulación

### *Acreditar*

- ✓ Solicitud de Postulación.
- ✓ Currículum Vitae (resumido)
- ✓ Certificado de título original

- ✓ Fotocopia del carné de identidad o pasaporte para los extranjeros.

## VALORES

---

- ✓ Valor matrícula: \$ 120.000
- ✓ Arancel: 3.550 euros \*Pago Fraccionado\*

### Informaciones

Para mayor información no dude en contactarnos al **56-2-3561282**

Correo electrónico: **escuela.postgrado@uac.cl**

Visite nuestro sitio web **www.escuelapostgradouac.cl**

Dirección: **Nueva York 17, of. 201, Santiago – Chile**

## PROGRAMA ACADÉMICO

---

El Master en **Dirección y Gestión de Empresas Internacionales (Marketing y Comercio Internacional)** tiene una carga lectiva de 70 créditos, de los cuales 10 corresponden a la realización de un proyecto empresarial tutorizado.

### **Módulo I: Quiero exportar, ¿por dónde empiezo? (5 créditos ECTS)**

1. ¿A qué nos referimos con "exportar"?
2. ¿Qué aspectos debemos tener en cuenta en la elección de mercados destino?
3. ¿Cómo tratamos las peticiones de oferta?
4. ¿Hay que modificar los productos para exportar?
5. ¿Qué aspectos debemos tener en cuenta en la elección del transporte?
6. ¿Existen ayudas a la exportación?

### **Módulo II: Incoterms (5 créditos ECTS)**

1. ¿A qué nos referimos con Incoterms?
2. ¿Qué Incoterms recoge la versión 2000?
3. ¿Qué Incoterms son más adecuados para cada tipo de transporte?
4. ¿Qué aspectos debemos tener en cuenta en la elección de un Incoterm?
5. ¿Qué otros aspectos prácticos se debe tener en cuenta?

### **Módulo III: Logística y transporte internacional (5 créditos ECTS)**

1. La logística: Introducción y objetivos
2. Modalidades de transporte
3. El transporte internacional
4. El transporte marítimo
5. El transporte aéreo
6. El transporte terrestre
7. El transporte ferroviario
8. El transporte intermodal

## **Módulo IV: Gestión aduanera y fiscalidad internacional (5 créditos ECTS)**

1. El proceso administrativo de despacho de mercancías
2. La política aduanera
3. El código aduanero
4. Arancel: la codificación de las mercancías
5. El valor en aduanas
6. El IVA en el comercio internacional
7. El sistema Intrastat
8. Garantía de los operadores frente a la administración
9. Aduanas y fiscalidad en las islas canarias

## **Módulo V: Dirección de empresas internacionales (5 créditos ECTS)**

1. Punto de Partida. De la Internacionalización a la Globalización
2. Empresa Internacional y Objetivos en la Internacionalización
3. Alianzas Internacionales de Empresas
4. Productos y Servicios a Internacionalizar
5. Mercados Internacionales
6. Formas de Penetración en los Mercados Exteriores
7. Los Recursos humanos en la dirección de empresa internacional

## **Módulo VI: Formas de pago internacional y cobertura de riesgos de las operaciones de comercio exterior (5 créditos ECTS)**

1. Pago en efectivo
2. Formas de pago simples
3. Gestión de cobro de documentos
4. Crédito documentario
5. Garantías y avales
6. Garantías bilaterales
7. Comercio de compensación
8. Cobertura de riesgos

## **Módulo VII: Financiación y mercado de divisas (5 créditos ECTS)**

1. Mercado de divisas
2. Financiación internacional

## **Módulo VIII: Internet como herramienta de comercio internacional (5 créditos ECTS)**

1. Internet y empresa
2. e-Business
3. e-Marketing
4. e-Logistics
5. e-Legalidad

## **Módulo IX: El plan de marketing (5 créditos ECTS)**

1. Funciones y responsabilidades del plan de marketing
2. Los objetivos del plan de marketing
3. La estrategia del plan de marketing
4. Organización de la empresa orientada al marketing

## **Módulo X: Psicología de venta (5 créditos ECTS)**

1. Bases psicológicas de la venta
2. El proceso de venta
3. La comunicación no verbal en la venta

## **Módulo XI: La dirección de la red comercial (5 créditos ECTS)**

1. Función directiva en ventas
2. Dirección de personas
3. Valoración y retribución

## **Módulo XII: Negociación internacional (5 créditos ECTS)**

1. El presupuesto de tesorería
2. Cuenta de resultados y balance
3. La recuperación de la inversión y la gestión de existencias

## **Módulo XIII: Proyecto final de Master (10 créditos ECTS)**

# EQUIPO ACADÉMICO

---

## Dirección

### **DR. LLUÍS JOVELL**

Profesor Titular. Departamento de Economía Aplicada.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España

## Sub-Dirección

### **PRF. LUZ A. GOMEZ**

Programa Masters Marketing Comercio y Distribución.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España

### **DR. ROSSANO EUSEBIO**

Profesor Agregado. Departamento de Economía de la Empresa.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España.

## Responsable del Sistema Informático y Web

### **SRA. SONIA NAVEIRO**

Programa Masters Marketing Comercio y Distribución.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España

## Tutora Online

### **SRA. AÍDA PATIÑO MACÍAS**

Programa Masters Marketing Comercio y Distribución.  
Universidad Autónoma de Barcelona  
España