

Estudio Propio: **MÁSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL**

Código Plan de Estudios: **EN19**

Año Académico: **2018-2019**

ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS:							
CURSO	Obligatorios		Optativos		Prácticas Externas	Memoria/ Proyecto	Créditos
	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Créditos	
1º	54	12				6	60
2º							
3º							
ECTS TOTALES	54	12				6	60

PROGRAMA TEMÁTICO:				
ASIGNATURAS OBLIGATORIAS				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
704902	1	ENTORNO ECONÓMICO DE LA EMPRESA	OB	4
704903	1	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	OB	4
704904	1	CONTROL DE GESTIÓN	OB	4
704905	1	MARCO LEGAL DEL COMERCIO EXTERIOR	OB	4
704906	1	MARKETING INTERNACIONAL	OB	4
704907	1	ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL	OB	4
704908	1	DIRECCIÓN DE OPERACIONES	OB	4
704909	1	COMERCIO INTERNACIONAL	OB	5
704910	1	LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL	OB	5
704911	1	GESTIÓN DE ADUANAS	OB	6
704912	1	FINANZAS INTERNACIONALES	OB	6
704913	1	PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITALS	OB	4
MEMORIA /PROYECTO				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
704914	1	TRABAJO FIN DE MASTER	OB	6

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	ENTORNO ECONÓMICO DE LA EMPRESA	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	4 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
Profesor responsable	ALEJANDRO PÉREZ KOHLER, FERNANDO GINER DE LA FUENTE	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	28
Número de horas de trabajo personal del estudiante	72
Total horas	100

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. EL ENTORNO ECONÓMICO Y LA INFORMACIÓN EMPRESARIAL

UNIDAD 2. EL ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO

2.1. EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

2.2. LA INFLACIÓN

2.3. EL DESEMPLEO

2.4. EL DÉFICIT PÚBLICO

2.5. EL DÉFICIT EXTERIOR

UNIDAD 3. INTRODUCCIÓN A LA MACROECONOMÍA

UNIDAD 4. EL FLUJO CIRCULAR DE LA RENTA

UNIDAD 5. EL MODELO DE DEMANDA AGREGADA

5.1. DEMANDA DE CONSUMO

5.2. LA DEMANDA DE INVERSIÓN

5.3. EL ESTADO Y LA DEMANDA AGREGADA

5.4. RELACIÓN ENTRE AHORRO (S) E INVERSIÓN (I)

5.5. LA PARADOJA DE LA FRUGALIDAD

5.6. EL EFECTO MULTIPLICADOR

5.6.1. MULTIPLICADOR DE LA INVERSIÓN

5.6.2. MULTIPLICADOR DEL GASTO PÚBLICO

UNIDAD 6. LA MEDICIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

6.1. PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB)

6.1.1. COMO FLUJO DE GASTOS

6.1.2. COMO PRODUCCIÓN

6.1.3. COMO DISTRIBUCIÓN DE VENTAS

6.2. PIB EN TÉRMINOS REALES

6.3. PRODUCTO NACIONAL BRUTO (PNB)

6.4. PRODUCTO INTERIOR NETO (PIN)

6.5. PRODUCTO NACIONAL NETO (PNN)

6.6. RENTA PER CÁPITA Y RENTA DISPONIBLE

UNIDAD 7. LA DEMANDA DE DINERO

7.1. EVOLUCIÓN DE LAS FORMAS DEL DINERO

7.1.1. DINERO MERCANCÍA

7.1.2. MONEDA METÁLICA

7.1.3. PAPEL MONEDA

7.1.4. OBLIGACIONES

7.1.5. PATRÓN ORO

7.1.6. DINERO ELECTRÓNICO

7.2. LAS FUNCIONES DEL DINERO

7.3. LA DEMANDA DE DINERO Y LOS TIPOS DE INTERÉS

UNIDAD 8. LA OFERTA DE DINERO

8.1. TEORÍA CUANTITATIVA DEL DINERO

8.2. PUNTO DE EQUILIBRIO DEL MERCADO MONETARIO

8.3. RELACIÓN ENTRE LAS CURVAS IS – LM

8.4. LA FUNCIÓN DEL BANCO CENTRAL EN UNA ECONOMÍA

8.5. EL PROCESO DE CREACIÓN DE DINERO

8.5.1. DINERO LEGAL

8.5.2. DINERO BANCARIO

8.6. LOS SISTEMAS DE PAGO

UNIDAD 9. LA POLÍTICA MONETARIA

UNIDAD 10. INSTRUMENTOS DEL BANCO CENTRAL EUROPEO PARA LA POLÍTICA MONETARIA

10.1. OPERACIONES DEL MERCADO ABIERTO

10.2. FACILIDADES PERMANENTES

10.3. RESERVAS MÍNIMAS

UNIDAD 11. EL DESEMPLEO Y LAS POLÍTICAS ECONÓMICAS

UNIDAD 12. LA INFLACIÓN Y LAS POLÍTICAS ECONÓMICAS

12.1. MEDIDAS UTILIZADAS PARA CONOCER LA INFLACIÓN

12.2. LA ESTABILIDAD DE PRECIOS EN UNA ECONOMÍA

12.3. LOS EFECTOS DE LA INFLACIÓN

12.3.1. EFECTOS REDISTRIBUTIVOS

12.3.2. COSTES EN “SUELA DE LOS ZAPATOS”

12.3.3. COSTES DE “MENÚ”

12.3.4. DISTORSIONES FISCALES

12.3.5. PÉRDIDA DE COMPETITIVIDAD

12.3.6. MAYOR INCERTIDUMBRE DE LOS AGENTES ECONÓMICOS

12.3.7. REDISTRIBUCIONES ARBITRARIAS DE LA RIQUEZA ANTE UNA INFLACIÓN IMPREVISTA

12.4. POLÍTICAS CONTRA LA INFLACIÓN

UNIDAD 13. PRINCIPALES TEORÍAS ECONÓMICAS

13.1. ESCUELA CLÁSICA

13.2. ESCUELA KEYNESIANA

13.3. MODELO DE SÍNTESIS

UNIDAD 14. TEORÍAS ECONÓMICAS Y POLÍTICAS FISCAL Y MONETARIA

14.1. MODELO CLÁSICO

14.1.1. POLÍTICAS DE DEMANDA

14.1.2. POLÍTICAS DE OFERTA

14.2. MODELO KEYNESIANO

14.2.1. POLÍTICAS DE DEMANDA

14.2.2. POLÍTICAS DE OFERTA

14.3. MODELO DE SÍNTESIS

14.3.1. POLÍTICAS DE DEMANDA

UNIDAD 15. LOS CICLOS ECONÓMICOS Y SUS TEORÍAS

15.1. OTROS ASPECTOS DE LOS CICLOS ECONÓMICOS

15.2. TEORÍAS SOBRE LOS CICLOS ECONÓMICOS

15.3. CICLOS ECONÓMICOS Y POLÍTICAS ESTABILIZADORAS

15.4. CRECIMIENTO ECONÓMICO Y DESARROLLO

UNIDAD 16. ECONOMÍA INTERNACIONAL

16.1. LAS RELACIONES INTERNACIONALES Y EL COMERCIO EXTERIOR

16.2. OBSTÁCULOS AL LIBRE COMERCIO

16.3. LA BALANZA DE PAGOS

16.3.1. BALANZA POR CUENTA CORRIENTE

16.3.2. BALANZA DE CAPITAL

16.3.3. CUENTA FINANCIERAS

16.4. LAS DIVISAS Y LOS TIPOS DE CAMBIO

16.4.1. POLÍTICAS SOBRE EL TIPO DE CAMBIO

16.4.2. PARIDAD DEL PODER ADQUISITIVO

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- GARRIDO, R. et al. "Análisis del entorno económico de la empresa". Madrid Ed. Pirámide, 2003.
- ALLEN, W.B. "Managerial Economics". New York, Ed. W.W. Norton & Company, 2005.
- ALVAREZ GONZÁLEZ, A. "El entorno económico". Cómo entenderlo y anticipar su evolución". Madrid, Ed. RA-MA, 2004.
- BAYE, M.R. "Managerial economics and business strategy", Boston, Ed. McGraw-Hill, 2006
- NAVARRO ARANCEGUI, M. "El entorno económico de la empresa en España". Bilbao, Ed. Universidad de Deusto, 2000.
- PAMPILLÓN OLMEDO, R. "Análisis económico de países. Teoría y casos de política económica". Madrid, Ed. McGraw-Hill, 1999.
- STIGLITZ, JOSEPH E. "Macroeconomía". Madrid, Ed Ariel, 2004

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	4 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
Profesor responsable	ALEJANDRO PÉREZ KOHLER	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	28
Número de horas de trabajo personal del estudiante	72
Total horas	100

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

UNIDAD 2. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- 2.1. ¿QUÉ ES LA ESTRATEGIA?
- 2.2. ¿PARA QUÉ SIRVA LA ESTRATEGIA?
- 2.3. OTRAS CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA

UNIDAD 3. LA VENTAJA COMPETITIVA

- 3.1. TIPOS DE VENTAJA COMPETITIVA
 - 3.1.1. VENTAJAS COMPETITIVAS GENÉRICAS
 - 3.1.2. LIDERAZGO EN COSTE
 - 3.1.3. DIFERENCIACIÓN
 - 3.1.4. ENFOQUE O ALTA SEGMENTACIÓN
- 3.2. FUENTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA
- 3.3. AMENAZAS PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LA VENTAJA
 - 3.3.1. IMITACIÓN
 - 3.3.2. SUSTITUCIÓN
 - 3.3.3. OTRAS OPERACIONES DE LA COMPETENCIA
- 3.4. OTRAS CLASIFICACIONES DE LA VENTAJA COMPETITIVA
- 3.5. LAS TEORÍAS DE PORTER VS HAMEL

UNIDAD 4. LA TEORÍA DE LOS RECURSOS Y LAS CAPACIDADES

- 4.1. EL PAPEL DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES EN LA FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA

4.1.1. TEORÍAS DE ANÁLISIS EXTERNO

4.2. LOS RECURSOS Y LAS CAPACIDADES DE LA EMPRESA

4.2.1. RECURSOS

4.2.2. ANÁLISIS DE LAS CAPACIDADES

4.2.3. EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES

4.3. CONCLUSIONES

UNIDAD 5. EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

5.1. DEFINICIÓN DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

5.2. OBJETIVOS

UNIDAD 6. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

6.1. ANÁLISIS PESTAL

6.1.1. ENTORNO POLÍTICO

6.1.2. ENTORNO ECONÓMICO

6.1.3. ENTORNO SOCIAL

6.1.4. ENTORNO TECNOLÓGICO

6.1.5. ENTORNO MEDIOAMBIENTAL

6.1.6. ENTORNO LEGAL

UNIDAD 7. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

7.1. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE LA INDUSTRIA

7.1.1. LA AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

7.1.1.1. BARRERAS A LA ENTRADA

7.1.1.1.1. LA EXISTENCIA DE ECONOMÍAS DE ESCALA

7.1.1.1.2. ELEVADA DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO

7.1.1.1.3. ELEVADAS INVERSIONES

7.1.1.1.4. ELEVADAS NECESIDADES DE CAPITAL DE TRABAJO

7.1.1.1.5. EXISTENCIA DE ELEVADOS COSTES DE CAMBIO

7.1.1.1.6. ACCESO A LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

7.1.1.1.7. TECNOLOGÍA PATENTADA

7.1.1.1.8. ACCESO FAVORABLE A MATERIAS PRIMAS

7.1.1.1.9. UBICACIONES FAVORABLES

7.1.1.1.10. SUBSIDIOS GUBERNAMENTALES

7.1.1.1.11. CURVA DE APRENDIZAJE O DE EXPERIENCIA

7.1.1.1.12. REQUISITOS LEGALES O GUBERNAMENTALES

7.1.1.1.13. LA REACCIÓN DE LA COMPETENCIA

7.1.2. LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS

7.1.3. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

7.1.4. EL PODER NEGOCIADOR DE LOS PROVEEDORES

7.1.5. LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

7.1.5.1. GRAN NÚMERO DE COMPETIDORES O IGUALMENTE EQUILIBRADOS

7.1.5.2. CRECIMIENTO LENTO EN EL SECTOR INDUSTRIAL

7.1.5.3. COSTES FIJOS O DE ALMACENAMIENTO

7.1.5.4. FALTA DE DIFERENCIACIÓN O COSTES CAMBIANTES

7.1.5.5. INCREMENTOS IMPORTANTES DE LA CAPACIDAD

7.1.5.6. COMPETIDORES BASTANTE DIVERSOS

7.1.5.7. INTERESES ESTRATÉGICOS ELEVADOS

7.1.6. LAS BARRERAS A LA SALIDA

- 7.2. LA CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA
- 7.3. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO
- 7.4. EL CICLO DE VIDA DE LA INDUSTRIA
 - 7.4.1. EMERGENTE
 - 7.4.2. CRECIMIENTO
 - 7.4.3. MADUREZ
 - 7.4.4. DECLIVE
 - 7.4.5. CONCLUSIONES
- 7.5. LA FRAGMENTACIÓN O CONCENTRACIÓN DE UNA INDUSTRIA
 - 7.5.1. SECTOR CONCENTRADO
 - 7.5.2. SECTOR FRAGMENTADO
 - 7.5.3. FACTORES QUE FAVORECEN LA CONCENTRACIÓN DE UNA INDUSTRIA
 - 7.5.4. MEDICIÓN DEL GRADO DE CONCENTRACIÓN
 - 7.5.5. PROPIEDADES DE LOS INDICADORES DE CONCENTRACIÓN
 - 7.5.6. INDICADORES DE CONCENTRACIÓN DE UN SECTOR
 - 7.5.6.1. ÍNDICE BÁSICO DE CONCENTRACIÓN
 - 7.5.6.2. CURVA DE LORENZ
 - 7.5.6.3. ÍNDICE DE GINI
 - 7.5.6.4. INDICE HERFINDAL HIRSH (HHI)
 - 7.5.6.5. ÍNDICE DE ENTROPIA
 - 7.5.6.6. ÍNDICE DE HANNAH Y KAY (HKI)
 - 7.5.6.7. ÍNDICE DE ROSENBLUTH
 - 7.5.7. CRÍTICAS DE LOS INDICADORES DE CONCENTRACIÓN

UNIDAD 8. ANÁLISIS INTERNO

- 8.1. VISIÓN
- 8.2. MISIÓN
- 8.3. VALORES
- 8.4. LA CADENA DE VALOR
 - 8.4.1. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA CADENA DE VALOR
 - 8.4.2. INTERRELACIONES DE LA CADENA DE VALOR

UNIDAD 9. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN

- 9.1. EL ANÁLISIS DAFO
 - 9.1.1. CLAVES EN LA ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS DAFO
 - 9.1.2. DISEÑO DE ESTRATEGIAS A PARTIR DEL ANÁLISIS DAFO

UNIDAD 10. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

- 10.1. LAS ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL
 - 10.1.1. FORMAS BÁSICAS DE CRECER
 - 10.1.2. CRECIMIENTO INTERNO U ORGÁNICO
 - 10.1.2.1. CRECIMIENTO ORGÁNICO O EXTERNO
 - 10.1.2.1.1. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL CRECIMIENTO EXTERNO
- 10.2. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO BÁSICAS
- 10.3. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN
- 10.4. ESTRATEGIAS DE INTEGRACIÓN VERTICAL
- 10.5. LAS ESTRATEGIAS DEL OCÉANO AZUL
- 10.6. CONCLUSIONES

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- GRANT, R.M. "Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones". Editorial Cívitas. 5ª ed. 2006.
- JARILLO, J.C. "Dirección Estratégica". Editorial McGraw Hill, 2ª ed. 2006.
- Jonhson y Scholes. Dirección Estratégica. Ed. Prentice Hall
- PORTER, M. "Estrategia Competitiva". Editorial CECSA.
- PORTER, M. "Ventaja Competitiva". Editorial CECSA.
- SUN TZU. "El Arte de la Guerra". Ed. EDAF, 2009.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	CONTROL DE GESTIÓN	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	4 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
Profesor responsable	ALEJANDRO PÉREZ KOHLER	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	28
Número de horas de trabajo personal del estudiante	72
Total horas	100

CONTENIDOS (Temario)

INTRODUCCIÓN

1. EL CONCEPTO DE CONTROL DE GESTIÓN
2. INDICADORES Y CENTROS DE RESPONSABILIDAD
3. ASPECTOS NO FORMALES DEL CONTROL
4. EL CONCEPTO DE CUADRO DE MANDO
5. EL CONTROLLER
6. FASES DEL CONTROL DE GESTIÓN

UNIDAD 1. SISTEMAS DE COSTES

- 1.1. NATURALEZA Y EVOLUCIÓN DE LA CONTABILIDAD DE COSTES
 - 1.1.1. ANTES DE LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL
 - 1.1.2. LOS CAMBIOS DEL SIGLO XIX Y COMIENZOS DEL SIGLO XX
 - 1.1.3. EL ORIGEN DE LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN
 - 1.1.4. SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE LA CONTABILIDAD DE COSTES
- 1.2. DEFINICIÓN DE LA CONTABILIDAD DE COSTES
- 1.3. VENTAJAS DE LA CONTABILIDAD DE COSTES
- 1.4. OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTES
- 1.5. EMPRESAS COMERCIALES, MANUFACTURERAS Y DE SERVICIO
- 1.6. COSTE Y GASTO
- 1.7. ELEMENTOS DEL COSTE DE PRODUCCIÓN
 - 1.7.1. MATERIALES

- 1.7.2. MANO DE OBRA
- 1.7.3. COSTES INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
- 1.8. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTES
- 1.9. MÉTODOS DE CONTROL DE COSTES
 - 1.9.1. MÉTODOS DE COSTES Y EFECTOS EN RESULTADOS Y EXISTENCIAS
 - 1.9.2. MÉTODO DE COSTES DIRECTOS
 - 1.9.3. MÉTODO DE COSTES VARIABLES
 - 1.9.4. MÉTODO DE COSTES COMPLETOS
 - 1.9.5. MÉTODO DE LAS SECCIONES HOMOGÉNEAS
 - 1.9.6. MÉTODO DE COSTES ABC
- 1.10. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
 - 1.10.1. DEFINICIÓN Y CONCEPTO
 - 1.10.2. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
 - 1.10.3. CÁLCULO
 - 1.10.4. ASPECTOS A CONSIDERAR
- 1.11. CONCLUSIONES

UNIDAD 2. CONTROL Y GESTIÓN DE LAS AMORTIZACIONES

- 2.1. CONCEPTO DE AMORTIZACIÓN
- 2.2. SIGNIFICADO DE LA AMORTIZACIÓN
- 2.3. MÉTODOS DE AMORTIZACIÓN
- 2.4. MÉTODO LINEAL
- 2.5. MÉTODO DEL TANTO FIJO CON AMORTIZACIÓN DECRECIENTE
- 2.6. MÉTODO DE LOS NÚMEROS DÍGITOS
- 2.7. MÉTODO DE CUOTA DE AMORTIZACIÓN CONSTANTE POR UNIDAD DE PRODUCTO

UNIDAD 3. LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y EL PROCESO PRESUPUESTARIO

- 3.1. LA PLANIFICACIÓN

UNIDAD 4. OBJETIVOS DE LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA

- 4.1. ELEMENTOS DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN
- 4.2. NIVELES DE PLANIFICACIÓN
- 4.3. MODELOS DE PLANIFICACIÓN FINANCIERA
- 4.4. HORIZONTE DE LA PLANIFICACIÓN
- 4.5. HORIZONTE DE LA PLANIFICACIÓN

UNIDAD 5. LOS PRESUPUESTOS Y LA PLANIFICACIÓN

- 5.1. ORGANIZACIÓN DEL PROCESO PRESUPUESTARIO
- 5.2. PRESUPUESTO DE VENTAS
- 5.3. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN
 - 5.3.1. PRESUPUESTO DE COSTES DE MATERIAS PRIMAS Y COMPONENTES
 - 5.3.2. PRESUPUESTO DE EQUIPAMIENTO Y CAPACIDAD PRODUCTIVA
 - 5.3.3. PRESUPUESTO DE COSTE DE MANO DE OBRA DIRECTA
 - 5.3.4. PRESUPUESTO DE COSTES GENERALES DE FABRICACIÓN
- 5.4. PRESUPUESTO DE CUENTA DE RESULTADOS
- 5.5. ANÁLISIS DE DESVIACIONES
 - 5.5.1. DESVIACIÓN POR CAMBIOS EN NIVEL DE ACTIVIDAD
 - 5.5.2. DESVIACIÓN POR VARIACIÓN EN PRECIOS, COSTES Y CONSUMOS
 - 5.5.3. DESVIACIÓN POR EL VOLUMEN DE VENTAS
 - 5.5.4. ANÁLISIS DE DESVIACIONES SEGÚN EL MÉTODO DE COSTES EMPLEADO

UNIDAD 6. EL CUADRO DE MANDO

- 6.1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS
- 6.2. PERIODICIDAD DEL CUADRO DE MANDO Y FRECUENCIA DE LOS INDICADORES
- 6.3. PRESENTACIÓN DEL CUADRO DE MANDO
 - 6.3.1. NÚMERO DE INDICADORES DE UN CUADRO DE MANDO
 - 6.3.2. FORMATOS DE LOS INDICADORES
- 6.4. RECOMENDACIONES PARA LA SELECCIÓN DE INDICADORES
- 6.5. EL CUADRO DE MANDO COMO UNA FUENTE DE INFORMACIÓN
- 6.6. REVISIÓN DEL CUADRO DE MANDO
- 6.7. EJEMPLOS DE EMPRESAS E INDICADORES

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- AECA: serie Principios de Contabilidad de Gestión.
- ÁLVAREZ-LÓPEZ, J. ET AL (2005): "Contabilidad de gestión avanzada: planificación control y experiencias prácticas". Ed. McGraw-Hill.
- ANTHONY, R.N. Y GOVINDARAJAN, V. (2003) "Sistemas de Control de Gestión" Ed.McGraw-Hill
- ATKINSON, A.; BANKER, R.; KAPLAN, R. Y YOUNG, M. (1997) (2nd. Ed.): "Management Accounting". Prentice-Hall International, Inc.
- BERRY, A. ET AL (EDIT) (1995): "Management Control: Theories, Issues and Practices". MacMillan Press LTD.
- BLANCO DOPICO, M^a I. (1994): Contabilidad de costes. Análisis y control, Pirámide, Madrid.
- BLANCO DOPICO, M^a I.; AIBAR GUZMÁN, B. y RÍOS BLANCO, S.L. (2001): Contabilidad de costes. Cuestiones, supuestos prácticos resueltos y propuestos, Prentice Hall, Madrid.
- DRURY, C. (2004): Management and cost accounting, Chapman & Hall, Londres.
- HORGREN, C.T. y FOSTER, G. (1996): Contabilidad de costos, Prentice Hall, Madrid
- LÓPEZ VIÑEGLA, A. (1998), "El cuadro de mando y los sistemas de información para la gestión empresarial".
- MALLO RODRÍGUEZ, C. y JIMÉNEZ MONTAÑÉS, M^a A. (2000): Contabilidad de costes, Pirámide, Madrid.
- REQUENA RODRÍGUEZ, J.M.; MIR ESTRUCH, F. y VERA RÍOS, S. (2002): Contabilidad de costes y de gestión. Cálculo, análisis y control de costes para la toma de decisiones, Ariel Economía, Barcelona
- WILLIAMSON, D. (1996): Cost & management accounting, Prentice Hall, Londres.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	MARCO LEGAL DEL COMERCIO EXTERIOR	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	4 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	BÁRBARA FERNÁNDEZ GONZÁLEZ	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	28
Número de horas de trabajo personal del estudiante	72
Total horas	100

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. FUNDAMENTOS JURÍDICOS BÁSICOS

1.1. FUENTES DEL ORDENAMIENTO JURÍDICO ESPAÑOL

1.1.1. LOS PRINCIPIOS GENERALES DEL DERECHO

1.1.2. COSTUMBRE

1.1.3. LEYES

1.2. JERARQUÍA NORMATIVA EN ALGUNOS PAÍSES LATINOAMERICANOS

1.3. VISIÓN JURÍDICO-ECONÓMICA DEL CAMBIO QUE HAN PRODUCIDO LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

1.4. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. MARCO REGULADOR

1.5. PROBLEMÁTICA Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE DOMINIOS EN INTERNET

UNIDAD 2. PROPIEDAD INDUSTRIAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL

2.1. DEFINICIÓN Y MARCO NORMATIVO

2.2. PRINCIPALES AGENTES IMPLICADOS. DERECHOS Y OBLIGACIONES EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL

2.3. PRINCIPALES AGENTES IMPLICADOS. DERECHOS Y OBLIGACIONES EN LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

2.4. LA COMPETENCIA MERCANTIL. COMPETENCIA DESLEAL

UNIDAD 3. PROTECCIÓN DE DATOS

3.1. ANTECEDENTES JURÍDICOS

3.2. GENERACIONES NORMATIVAS EN LA PROTECCIÓN DE DATOS

3.3. FUNDAMENTO DE LA PROTECCIÓN DE DATOS

3.4. MARCO JURÍDICO ACTUAL

3.5. PRINCIPIOS Y CONSIDERACIONES GENERALES

3.6. DERECHOS DE LOS INTERESADOS

- 3.7. LIMITACIONES DEL ALCANCE DE LAS OBLIGACIONES Y LOS DERECHOS DE LOS INTERESADOS
- 3.8. TRATAMIENTO DE CATEGORÍAS ESPECIALES DE DATOS PERSONALES
- 3.9. LAS OBLIGACIONES DEL ENCARGADO Y/O RESPONSABLE DEL FICHERO
- 3.10. DELEGADO DE PROTECCIÓN DE DATOS
- 3.11. ANÁLISIS DE RIESGOS
- 3.12. EVALUACIONES DE IMPACTO
- 3.13. LAS AUTORIDADES DE CONTROL
- 3.14. SANCIONES
- 3.15. TRANSFERENCIAS INTERNACIONALES
- 3.15.1. REGLA GENERAL. LA PRESTACIÓN DEL CONSENTIMIENTO
- 3.15.2. EXCEPCIONES PARA SITUACIONES ESPECÍFICAS (ART. 49, REGLAMENTO (UE))
- 3.16. LA VIDEOVIGILANCIA
- 3.16.1. INTRODUCCIÓN
- 3.16.2. CONCEPTO DE INTIMIDAD
- 3.16.3. REGULACIÓN CONSTITUCIONAL Y PROTECCIÓN LEGAL
- 3.16.4. UTILIZACIÓN DE VIDEOCÁMARAS

UNIDAD 4. SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS EN INTERNET

- 4.1. INTERNET Y PROTECCIÓN DE DATOS
- 4.2. SEGURIDAD EN MEDIOS DE PAGO DIGITALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO
- 4.2.1. MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS
- 4.2.2. COMERCIO ELECTRÓNICO
- 4.3. PRIVACIDAD Y SEGURIDAD EN LA RED
- 4.3.1. FIRMA ELECTRÓNICA
- 4.4. REQUISITOS LEGALES PARA LA PUBLICACIÓN DE UNA WEB
- 4.4.1. OBLIGACIONES DE INFORMACION GENERAL
- 4.4.2. OBLIGACIONES RELATIVAS AL PROCESO DE CONTRATACIÓN
- 4.4.3. OBLIGACIONES EN CUANTO A LAS “COOKIES”
- 4.4.4. POLÍTICA DE PRIVACIDAD

UNIDAD 5. DERECHO PUBLICITARIO; DERECHO DE LOS CONSUMIDORES

- 5.1. MARCO NORMATIVO
- 5.2. PUBLICIDAD ILÍCITA
- 5.2.1. PROCEDIMIENTO ANTE LA ASOCIACIÓN DE AUTOCONTROL DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL
- 5.3. REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET
- 5.4. DEFENSA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- El Concepto de Derecho. HART, H.L.A.
- Principios de Derecho Constitucional Español. TORRES DEL MORAL, A.
- El deber de respeto a la intimidad. Eunsa. Pamplona, 1.990. GONZALEZ GAITANO, NORBERTO.
- Límites constitucionales al derecho de la información. Ed. Mitre. Barcelona, 1.984. BARROSO ASENJO, PORFIRIO.
- Luces y Sombras del Procedimiento Administrativo de la OMPI en conflictos sobre la titularidad de Nombres de Dominio. PEINADO GRACIA, JUAN IGNACIO.
- Introducción a la protección de datos. REBOLLO DELGADO, LUCRECIO.
- Videovigilancia y derechos fundamentales. ARZOZ SANTISTEBAN, JAVIER.
- Derecho y Redes sociales. ARTEMI RALLO LOMBARTE.
- Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios. Barcelona: Ariel(1999). AZNAR, H.
- Régimen jurídico de la publicidad. Madrid: Tecnos. (1974). DE LA CUESTA, J. M.
- Derecho de los consumidores y usuarios, Rodríguez-Arana, Jaime. Netbiblo, 2008.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	MARKETING INTERNACIONAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	4 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
Profesor responsable	AIDEE ESPINDOLA BETANCOURT	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	28
Número de horas de trabajo personal del estudiante	72
Total horas	125

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. EL CONTEXTO INTERNACIONAL

1.1. LA ECONOMÍA GLOBAL

1.1.1. EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN

1.1.2. FUERZAS IMPULSORAS DE LA GLOBALIZACIÓN

1.1.2.1. IMPULSO POLÍTICO E INSTITUCIONAL

1.1.2.2. AVANCES TECNOLÓGICOS EN TRANSPORTES Y COMUNICACIONES (TIC)

1.1.2.3. LIBERALIZACIÓN DE LOS FLUJOS DE CAPITAL

1.1.2.4. CONSUMIDORES GLOBALES (MULTICULTURALISMO)

1.1.2.5. INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

1.1.2.5.1. FACTORES DETERMINANTES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

1.1.3. VENTAJAS Y RIESGOS DEL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN

1.1.4. NIVELES DE GLOBALIZACIÓN: PAÍSES, INDUSTRIAS Y EMPRESAS

1.2. BLOQUES REGIONALES

1.2.1. LA COOPERACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL

1.2.1.1. LA OMC

1.2.1.2. EL FMI

1.2.1.3. OCDE Y G20: COORDINACIÓN DE POLÍTICAS ECONÓMICAS

1.2.2. LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA

1.2.2.1. NIVELES DE INTEGRACIÓN

1.2.2.2. PROCESO DE INTEGRACIÓN

UNIDAD 2. EL MARKETING INTERNACIONAL

2.1. MARCO DE ACCIÓN

- 2.1.1. NATURALEZA DEL MARKETING INTERNACIONAL
- 2.1.2. MARKETING DOMÉSTICO VERSUS MARKETING INTERNACIONAL
- 2.1.3. BASES GENERALES PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO
 - 2.1.3.1. AMBIENTE MACROECONÓMICO
 - 2.1.3.2. AMBIENTE DEMOGRÁFICO
 - 2.1.3.3. AMBIENTE CULTURAL-SOCIAL
 - 2.1.3.4. AMBIENTE POLÍTICO-LEGAL
 - 2.1.3.5. AMBIENTE TECNOLÓGICO E INFRAESTRUCTURAS

UNIDAD 3. LOS BENEFICIOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL: MARCO CONCEPTUAL

- 3.1. TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL
 - 3.1.1. MODELO DE LA VENTAJA COMPARATIVA
 - 3.1.2. MODELO DE HECKSHER OHLIN
 - 3.1.3. HIPÓTESIS DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO
 - 3.1.4. EL DIAMANTE DE PORTER
- 3.2. INSTRUMENTOS DE POLÍTICA COMERCIAL: TEORÍA Y PRÁCTICA
 - 3.2.1. POLÍTICAS COMERCIALES INTERNACIONALES
 - 3.2.2. RAZONES GUBERNAMENTALES PARA ESTABLECER CONTROLES
 - 3.2.3. ANÁLISIS COSTE – BENEFICIO: ARANCEL, SUBSIDIO Y UNA CUOTA
 - 3.2.4. LAS MEDIDAS DE CONTROL Y LAS EMPRESAS INTERNACIONALES
 - 3.2.4.1. BARRERAS ARANCELARIAS
 - 3.2.4.2. BARRERAS NO ARANCELARIAS
 - 3.2.4.2.1. LICENCIAS DE IMPORTACIÓN
 - 3.2.4.2.2. NORMAS DE ORIGEN
 - 3.2.4.2.3. MEDIDAS DE NORMALIZACIÓN
 - 3.2.4.2.4. NORMAS FITOSANITARIAS

UNIDAD 4. EL INICIO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 4.1. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA
 - 4.1.1. LOS MOTIVOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.
 - 4.1.2. PROCESO PARA TOMAR DE LA DECISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN
 - 4.1.3. ANÁLISIS DAFO: SIGNIFICADO
 - 4.1.3.1. ANÁLISIS DE LAS CAPACIDADES DE LA EMPRESA
 - 4.1.3.2. DIAGNÓSTICO DEL POTENCIAL EXPORTADOR
- 4.2. LA INVESTIGACIÓN INTERNACIONAL DE MERCADOS
 - 4.2.1. DEFINICIÓN DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
 - 4.2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN
 - 4.2.3. INVESTIGACIÓN DE GABINETE (DESK RESEARCH O INVESTIGACIÓN SECUNDARIA)
 - 4.2.3.1. CUESTIONES PARA DETERMINAR LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN
 - 4.2.3.2. INSTRUMENTOS DE INFORMACIÓN SECUNDARIA
 - 4.2.4. INVESTIGACIÓN PRIMARIA (DE CAMPO)
 - 4.2.4.1. FUENTES DE DATOS PRIMARIOS
 - 4.2.4.2. SELECCIÓN DEL MÉTODO DE RECOPIACIÓN DE DATOS
 - 4.2.4.3. DISEÑO DE CUESTIONARIOS
 - 4.2.5. LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS
- 4.3. ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE LOS MERCADOS DESTINO
 - 4.3.1. MÉTODO DE EVALUACIÓN PAÍS DESTINO

- 4.3.2. TAMAÑO Y POTENCIAL DEL MERCADO
- 4.3.3. AMBIENTE LEGAL
- 4.3.4. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS
- 4.3.5. ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE EN LOS MERCADOS DESTINO
 - 4.3.5.1. GRADO DE RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES
 - 4.3.5.2. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES
 - 4.3.5.3. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES
 - 4.3.5.4. PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES
 - 4.3.5.5. AMENAZA DE SUSTITUCIÓN
 - 4.3.5.6. AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

UNIDAD 5. FORMAS DE ENTRADA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

- 5.1. EXPORTACIÓN
 - 5.1.1. EXPORTACIÓN DIRECTA
 - 5.1.2. EXPORTACIÓN INDIRECTA
 - 5.1.2.1. AGENTES COMERCIALES INTERNACIONALES
 - 5.1.2.2. COMPAÑÍAS IMPORT-EXPORT A COMISIÓN
 - 5.1.2.3. TRADING COMPANIES
 - 5.1.2.4. PIGGY BACK (EXPORTACIÓN CANGURO)
 - 5.1.2.5. CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN
 - 5.1.2.6. IMPORTADOR-DISTRIBUIDOR
- 5.2. OTRAS FORMAS DE ENTRADA
 - 5.2.1. FILIALES COMERCIALES O PRODUCTIVAS
 - 5.2.2. JOINT VENTURES
 - 5.2.3. LICENCIAS INTERNACIONALES
 - 5.2.4. FRANQUICIAS INTERNACIONALES
 - 5.2.5. CONTRATOS DE GESTIÓN
 - 5.2.6. ADQUISICIÓN DE COMPAÑÍAS LOCALES
 - 5.2.7. ALIANZAS INTERNACIONALES

UNIDAD 6. ORIENTACIONES ESTRATÉGICAS DE LAS EMPRESAS INTERNACIONALES

- 6.1. ORIENTACIÓN ETNOCÉNTRICA
- 6.2. ORIENTACIÓN POLICÉNTRICA
- 6.3. ORIENTACIÓN GEOCÉNTRICA
- 6.4. ORIENTACIÓN TRANSNACIONAL (SENSIBILIDAD LOCAL E INTEGRACIÓN GLOBAL)

UNIDAD 7. EL MARKETING MIX INTERNACIONAL

- 7.1. POLÍTICA DE PRODUCTO Y MARCA
 - 7.1.1. STANDARDIZACIÓN O ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO
 - 7.1.2. LANZAMIENTO DEL PRODUCTO EN EL MERCADO-DESTINO
 - 7.1.3. DESARROLLO DE UNA POLÍTICA DE MARCA INTERNACIONAL
- 7.2. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL
 - 7.2.1. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL
 - 7.2.2. ESTRUCTURA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN MINORISTAS Y MAYORISTAS
- 7.3. POLÍTICA DE FIJACIÓN DEL PRECIO INTERNACIONAL.
 - 7.3.1. FACTORES DETERMINANTES EN LA FIJACIÓN DEL PRECIO INTERNACIONAL.
 - 7.3.2. EL PRECIO Y LA POSICIÓN COMPETITIVA INTERNACIONAL
 - 7.3.3. ESTANDARIZACIÓN O ADAPTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PRECIOS
- 7.4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN INTERNACIONAL

- 7.4.1. LA PUBLICIDAD INTERNACIONAL
 - 7.4.2. LA PUBLICIDAD LA CREACIÓN DE VALOR DE MARCA
 - 7.4.3. ESTANDARIZACIÓN O ADAPTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD
 - 7.4.4. LAS FERIAS INTERNACIONALES
 - 7.4.4.1. IMPORTANCIA DE LAS FERIAS COMERCIALES
 - 7.4.4.2. PROCESO PARA PARTICIPACIÓN EN FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES
- UNIDAD 8. TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y EL MARKETING INTERNACIONAL**
- 8.1. INTERNET Y LA INVESTIGACIÓN INTERNACIONAL DE MERCADOS
 - 8.1.1. FUENTES DE DATOS SECUNDARIOS
 - 8.1.2. FUENTES GUBERNAMENTALES
 - 8.1.2.1. MOTORES DE BÚSQUEDA
 - 8.1.2.2. UTILIZACIÓN Y HERRAMIENTAS
 - 8.1.2.3. CARACTERÍSTICAS DE ALGUNOS MOTORES DE BÚSQUEDA
 - 8.1.3. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE PÁGINAS WEB
 - 8.2. LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL EN INTERNET.
 - 8.3. COMERCIO ELECTRÓNICO COMO CANAL DE EXPORTACIÓN
 - 8.4. MARCO LEGAL DEL COMERCIO EXTERIOR EN INTERNET

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- Besanko, B; Dranove, D. y Shanley, M. (2004); "Economics of Strategy"; Nueva York; John Wiley & Sons.
- Cateora, G. (2008). "International Marketing"; Singapore: McGraw Hill.
- Cerviño, J. (2006). "Marketing Internacional; nuevas perspectivas para un mercado globalizado". España; Editorial: Pirámide.
- Correa, E; Girón, A y Chapoy, A. (2005). "Consecuencias financieras de la globalización"; México: Colección Jesús Silva Herzog, editorial Porrúa.
- Ohmae, K. (2005). "El próximo escenario global. Desafíos y oportunidades en un mundo sin fronteras"; México: Grupo editorial Norma Editorial.
- Daniels, J. and Radebaugh, L. (2001) "International Business, environments and operations"; U.S.A: Prentice Hall.
- Dos Santos, T. (2004) "Economía mundial. La integración latinoamericana", México: Plaza Janés.
- Eaton, David. (2001); "México y la globalización, hacia un nuevo amanecer"; México: ITESM Trillas.
- Kotabe M. and Kristiaan Helsen, Global Marketing Management.
- Kotler, P. and Lane Keller K, (2009) "Dirección de Marketing"; España: 12ª edición; Editorial: Prentice Hall.
- Krugman P. R and Maurice Obstfeld, (2000) "International Economics, Theory and policy." U.S.A.:

Addison-Wesley.

- Nieto, A.; Llamazares, O. y Cerviño, J., (2004) “Marketing internacional, casos y ejercicios prácticos”; España; Editorial: Pirámide.
- Ortíz, A. (1999). “La nueva economía mundial. Actualidad de las teorías del comercio internacional en el mundo globalizado; México: Colección Jesús Silva Herzog.
- Porter, M. (1999), “Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia”; México: CECSA
- Ruggman A, Richard Hodgetts, Negocios Internacionales, Un enfoque de administración estratégica.
- Usunier, J. and Lee, J. (2005), “Marketing across Cultures”; UK: Prentice Hall Financial Times.
- Villarreal, R. y Villarreal Rocio (2002) “México competitivo 2020. Un modelo de competitividad sistémica para el desarrollo”; México: Océano.
- • Wiklund E. (1989) “International marketing, making exports pay off”; U.S.A: McGraw- Hill.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	4 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	AIDEE ESPINDOLA BETANCOURT	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	28
Número de horas de trabajo personal del estudiante	72
Total horas	100

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. LA NEGOCIACIÓN COMO UN PROCESO UNIVERSAL

1.1. ANTECEDENTES

UNIDAD 2. NEGOCIACIÓN Y CONTEXTO INTERNACIONAL

2.1. LA NATURALEZA DE LA NEGOCIACIÓN

2.2. DEFINICIONES: NEGOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

2.3. LOS MODELOS DE NEGOCIACIÓN

2.3.1 NEGOCIACIÓN DISTRIBUTIVA

2.3.2 NEGOCIACIÓN INTEGRATIVA O POR PRINCIPIOS

2.4. ESTILOS DE NEGOCIACIÓN

UNIDAD 3. EL CONFLICTO: MARCO DE LA NEGOCIACIÓN

3.1. DEFINICIÓN DE CONFLICTO

3.2. LOS TIPOS DE CONFLICTO

3.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS CONFLICTOS

3.4. DIFERENTES PUNTOS DE VISTA

3.5. EL PROCESO DEL CONFLICTO

3.6. EL CONFLICTO INTERCULTURAL

3.7. MODELO DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS

UNIDAD 4. LA COMUNICACIÓN EN LA NEGOCIACIÓN

4.1. DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN

4.2. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

4.3. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

4.4. LA PERCEPCIÓN

4.5. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN APLICADAS A LA NEGOCIACIÓN

4.5.1. LA ESCUCHA ACTIVA

4.5.2. AUTOEVALUACIÓN DE HABILIDADES DE ESCUCHA

UNIDAD 5. LA NEGOCIACIÓN ESTRATÉGICA

5.1. EL ENCUADRE

5.2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA NEGOCIACIÓN

5.3. LA CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN

5.3.1. HABILIDAD NEGOCIADORA

5.3.2. PODER NEGOCIADOR

5.3.3. INFORMACIÓN Y PERSUASIÓN

5.3.4. CONDICIONES DE LA OFERTA

5.4. LAS FASES DE LA NEGOCIACIÓN

UNIDAD 6. CULTURAS DIFERENTES

6.1. CONCEPTO DE CULTURA

6.1.1. ELEMENTOS DE LA CULTURA

6.1.1.1. EL LENGUAJE

6.1.1.1.1. IDIOMA

6.1.1.1.2. EL CONTEXTO

6.1.1.1.3. LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

6.1.1.1.4. LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN INTERNET

6.1.1.1.5. ELECCIÓN DEL IDIOMA PARA OPERAR EN EL CIBERESPACIO

6.1.1.1.6. ESTRATEGIAS PARA LOGRAR UNA EFECTIVA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

6.1.1.2. COSTUMBRES

6.1.1.3. VALORES

6.1.1.3.1. LA CONCEPCIÓN DEL TIEMPO

6.1.1.4. EDUCACIÓN

6.1.1.5. RELIGIÓN

UNIDAD 7. LAS DIMENSIONES CULTURALES DE HOFSTEDE

UNIDAD 8. LA DINÁMICA DE LA NEGOCIACIÓN INTERCULTURAL

8.1. ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN DETERMINADOS POR LA CULTURA

UNIDAD 9. CÓMO NEGOCIAR EN DIFERENTES PARTES DEL MUNDO

9.1. NEGOCIAR EN AMÉRICA DEL NORTE

9.2. NEGOCIAR EN AMÉRICA LATINA

9.3. NEGOCIAR EN EUROPA OCCIDENTAL

9.4. NEGOCIAR EN EUROPA ORIENTAL

9.5. NEGOCIAR EN JAPÓN

9.6. NEGOCIAR EN ASIA CENTRAL: INDIA, PAKISTÁN Y SRI LANKA

9.7. NEGOCIAR EN CHINA

9.8. NEGOCIAR EN ASIA SUDORIENTAL

9.9. NEGOCIAR EN PAÍSES ÁRABES Y PAÍSES ISLÁMICOS

9.10. NEGOCIAR EN OCEANÍA: AUSTRALIA, NUEVA ZELANDA

UNIDAD 10. ASPECTOS GENERALES DE LA NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

10.1. ETAPAS DE LA NEGOCIACIÓN

10.2. LA NEGOCIACIÓN EXITOSA

UNIDAD 11. EL ASPECTO ÉTICO EN LAS NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

11.1. ¿POR QUÉ LOS NEGOCIADORES NECESITAN SABER ACERCA DE LA ÉTICA?

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, M. R. (1999). Comunicación Intercultural; España: Anthropos.
- Ainsenson, A (1994). Resolución de conflictos: un enfoque psicosociológico; Kogan 1ª edición, FCE.
- Altschul, C. (2003). Dinámica de la negociación estratégica. Argentina: Granica.
- Ávila, F. (2000). Tácticas para la negociación internacional, las diferencias culturales. México: Trillas.
- Dasí, F y Martínez, R. (1999). Técnicas de negociación, un método práctico ESIC 2ª edición.
- Decaro, J. (2000). La cara humana de la negociación Colombia: Editorial Mac Graw Hill.
- Davis, F. (2003). La comunicación no verbal. España: Psicología Alianza Editorial.
- Díaz M. (2004). Más Chaplin y menos Platón.; Chile; Editorial Cuatro vientos.
- Fisher, R.(1999). Más allá de Maquiavelo. Argentina; Granica.
- Fisher, R; Ury, W y Patton, B. (1994). Obtenga el Sí, el arte de negociar sin ceder; México: CECSA. 2ª edición.
- Filley; A. (1995). Solución de conflictos interpersonales; México: Editorial Trillas.
- Fishman, T. (2007), China S.A., Cómo la nueva potencia industrial desafía al mundo; México; De Bolsillo.
- Forrest H. Patton;(2000). La fuerza de persuasión, técnicas de influencia interpersonal; Madrid/Barcelona/Bilbao: Ediciones Deusto.
- Gálvez, S; (2003). Negociación directa y asistida; Lima: ASOPDES.
- Hall, E.T.; (1978). Más allá de las culturas; Barcelona: Ed. Gustavo Pili. S.A.
- Hendón, D. y Hendón, R (1999). Cómo negociar en cualquier parte del mundo. México: Limusa.
- Hofstede, G; Minkov, M. (2010). Cultures and organizations, software of the main; USA; Mc Graw Hill.
- Kennedy, G. (2000). Una nueva forma de negociar; Bilbao: Editorial. DEUSTO.
- Knapp, M. (1982) Essentials of nonverbal communication; USA. Bull
- Knapp, M. (2003). La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno. México: Paidós.
- Lewicki, Roy, (1999). Negotiation; U.S.A:McGraw-Hill.
- Leung, K. and Tjosvold, D. (1998) Conflict management in the Asia Pacific; Singapore: Wiley.
- Llano, C. (2004). Humildad y liderazgo ¿Necesita un empresario ser humilde?; México: Ediciones Ruz.
- MacLeod, M. (2000). Language barriers, Supply Management; USA
- Marshall B. Rosenberg (2000). Comunicación no violenta España: Editorial Urano.
- Rearddon, K. (1991). La persuasión en la comunicación, teoría y contexto. España: Paidós.
- Usunier, JC. 4th ed. (2005). Marketing across cultures. London: Prentice Hall.
- Ury, W. (2000). Alcanzar la paz, diez caminos para resolver conflictos en la casa, el trabajo y el mundo Buenos Aires: Ed. Paidós.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	DIRECCIÓN DE OPERACIONES	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	4 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
Profesor responsable	AIDEE ESPINDOLA BETANCOURT	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	28
Número de horas de trabajo personal del estudiante	72
Total horas	100

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. ÁMBITO DE ACCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES

- 1.1. LA EMPRESA Y EL SUBSISTEMA DE OPERACIONES
 - 1.1.1. ENFOQUE FUNCIONAL: LA EMPRESA COMO UN SISTEMA ABIERTO
- 1.2. FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES
 - 1.2.1. MARCO CONCEPTUAL
 - 1.2.1.1. LA MEZCLA DE OPERACIONES
 - 1.2.1.2. LA ARQUITECTURA DE LA CADENA DE VALOR
 - 1.2.1.3. LAS OPERACIONES DE SERVICIO
 - 1.2.2. CONCEPTO DE DIRECCIÓN DE OPERACIONES
 - 1.2.3. MISIÓN DE LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES
 - 1.2.4. ¿QUÉ SE DEBE ESPERAR DE UN DIRECTOR DE OPERACIONES EN EL SIGLO XXI?
- 1.3. LA ESTRATEGIA DE OPERACIONES
 - 1.3.1. OBJETIVOS DEL SUBSISTEMA DE OPERACIONES
 - 1.3.2. EL COSTE
 - 1.3.3. LOS PROCESOS
 - 1.3.4. LA CAPACIDAD
 - 1.3.5. LOS INVENTARIOS
 - 1.3.6. LA FUERZA LABORAL
 - 1.3.7. LA CALIDAD

UNIDAD 2. FUNDAMENTOS DE PROCESOS

- 2.1. LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA Y SUS FUNCIONES

- 2.1.1. NUEVAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN
- 2.1.2. RELACIONES DEL SUBSISTEMA PRODUCTIVO CON OTRAS ÁREAS DE LA EMPRESA
- 2.2. ELEMENTOS DEL DISEÑO DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN
 - 2.2.1. DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
 - 2.2.1.1. DEFINICIÓN DE PRODUCTO
 - 2.2.1.2. FASES DEL PROCESO DE DISEÑO Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
 - 2.2.2. SELECCIÓN Y DISEÑO DEL PROCESO Y LA TECNOLOGÍA
 - 2.2.2.1. TIPOS DE DISEÑO DE PROCESOS
- 2.3. DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y EL FACTOR HUMANO
 - 2.3.1. LA PRODUCTIVIDAD DEL FACTOR HUMANO
 - 2.3.2. DISEÑO DEL PUESTO DE TRABAJO
 - 2.3.3. ANÁLISIS DE MÉTODOS, TIEMPOS DE TRABAJO Y ERGONOMÍA
 - 2.3.4. MEDICIÓN DEL TRABAJO

UNIDAD 3. PLANIFICACIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS

- 3.1. DECISIÓN DE LA CAPACIDAD A LARGO PLAZO (ESTRATEGIA)
 - 3.1.1. PROBLEMÁTICA DE LA CAPACIDAD: CONCEPTO E IMPORTANCIA
 - 3.1.2. FACTORES DETERMINANTES EN LAS DECISIONES DE CAPACIDAD
 - 3.1.2.1. EL ÓPTIMO DE EXPLOTACIÓN
 - 3.1.2.2. DECISIONES SOBRE CAPACIDAD
- 3.2. PLANIFICACIÓN AGREGADA (DECISIONES TÁCTICAS)
 - 3.2.1. EL PLAN AGREGADO
 - 3.2.2. NATURALEZA DE LA PLANIFICACIÓN AGREGADA
 - 3.2.3. ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN AGREGADA
 - 3.2.3.1. OBJETIVOS DE LA PLANIFICACIÓN AGREGADA
 - 3.2.3.2. OPCIONES DE CAPACIDAD
 - 3.2.3.3. OPCIONES DE DEMANDA (ALTERNATIVAS DINÁMICAS)
 - 3.2.3.4. ESTRATEGIAS DE PLANIFICACIÓN AGREGADA
 - 3.2.3.5. COSTES Y RESTRICCIONES
 - 3.2.4. MÉTODOS DE PLANIFICACIÓN AGREGADA
 - 3.2.4.1. MÉTODO DE TABLAS Y GRÁFICOS
 - 3.2.4.2. PLANIFICACIÓN AGREGADA CON EL MÉTODO DE TRANSPORTE (PROGRAMACIÓN LINEAL)
 - 3.2.4.3. MODELO DE COEFICIENTES DE GESTIÓN
- 3.3. PROGRAMA MARCO DE PRODUCCIÓN Y SISTEMAS MRP
 - 3.3.1. PLANIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE MATERIALES MRP Y ERP
 - 3.3.2. DEMANDA DEPENDIENTE
 - 3.3.3. PLANIFICACIÓN DE LOS RECURSOS DE LA EMPRESA (ERP)
 - 3.3.4. PLAN MAESTRO DE PRODUCCIÓN MPS
 - 3.3.4.1. PLANIFICACIÓN DE REQUERIMIENTO DE MATERIALES (MRP)
 - 3.3.4.2. LISTA DE MATERIALES
 - 3.3.4.3. ESTRUCTURA DE MRP
 - 3.3.5. GESTIÓN DEL MRP
 - 3.3.5.1. MRP Y JIT
 - 3.3.5.2. TÉCNICAS DE LOTIFICACIÓN
 - 3.3.5.3. AMPLIACIONES DEL SISTEMA MRP
 - 3.3.6. GESTIÓN DEL MRP EN LA PRÁCTICA: CASO TOYS KIDS

3.4. PROGRAMACIÓN A CORTO PLAZO

3.4.1. IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DE LA PROGRAMACIÓN A CORTO PLAZO

3.4.2. CONCEPTOS DE PROGRAMACIÓN

3.4.3. PROGRAMACIÓN HACIA ADELANTE Y HACIA ATRÁS

3.4.4. CRITERIOS DE PROGRAMACIÓN

3.4.5. PROCESOS Y ENFOQUE DE PROGRAMACIÓN

3.4.5.1. PROGRAMACIÓN DE INSTALACIONES INTERMITENTES

3.4.5.2. CARGA DE TRABAJOS

3.4.6. SECUENCIACIÓN DE TRABAJOS

3.4.6.1. LAS REGLAS DE PRIORIDAD MÁS COMUNES

3.4.6.2. ÍNDICE CRÍTICO

3.4.6.3. LAS REGLAS DE PRIORIDAD Y EL ÍNDICE CRÍTICO IC EN ACCIÓN: CASO HOMESTYLE

3.4.6.4. SECUENCIACIÓN DE N TRABAJOS EN DOS MÁQUINAS: REGLA DE JOHNSON

3.4.7. SISTEMAS DE PLANIFICACIÓN AVANZADA (APS)

3.4.8. TEORÍA DE LAS RESTRICCIONES (TOC)

3.4.8.1. CUELLOS DE BOTELLA

3.4.8.2. TAMBOR, AMORTIGUADOR, CUERDA

3.4.9. LA PROGRAMACIÓN EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS

UNIDAD 4. SISTEMAS DE OPERACIÓN JUSTO A TIEMPO Y PRODUCCIÓN AJUSTADA (LEAN)

4.1. SISTEMA JUSTO A TIEMPO (JIT)

4.1.1. EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE TOYOTA (TPS)

4.1.2. LA PRODUCCIÓN JUST IN TIME

4.1.3. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL JIT

4.2. EL SISTEMA KANBAN

4.2.1. EL SISTEMA KANKAN

4.2.2. REGLAS GENERALES DE OPERACIÓN DEL SISTEMA KANBAN

4.2.3. DETERMINACIÓN DEL NÚMERO DE TARJETAS KANKAN O CONTENEDORES

4.2.4. VENTAJAS DE SISTEMA KANKAN

4.3. LA PRODUCCIÓN AJUSTADA (LEAN)

4.3.1. PRODUCCIÓN AJUSTADA (LEAN)

4.3.2. LA ORGANIZACIÓN AJUSTADA

4.3.3. LOS CINCO PRINCIPIOS 5S

4.3.4. LOS SIETE DESPERDICIOS

UNIDAD 5. GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

5.1. LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO (SCM)

5.1.1. LA CADENA DE SUMINISTRO Y SU IMPORTANCIA ESTRATÉGICA

5.1.2. GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS COMO RESPUESTA ESTRATÉGICA

5.1.3. INTEGRACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE SUMINISTRO EN LA ESTRATEGIA CORPORATIVA

5.2. ECONOMÍA DE LA CADENA DE SUMINISTRO

5.2.1. PRODUCCIÓN O COMPRA

5.2.2. EXTERNALIZACIÓN (OUTSOURCING)

5.3. GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

5.3.1. OBSTÁCULOS EN LA CADENA DE SUMINISTROS INTEGRADA

5.3.2. EL EFECTO LÁTIGO

5.3.3. OPORTUNIDADES EN LA CADENA DE SUMINISTROS INTEGRADA

5.4. RETOS EN LA GESTIÓN MODERNA DE LA CADENA DE SUMINISTRO

- 5.4.1. LOS PROCESOS DE FLUJOS FÍSICOS: MERCANCÍAS Y PRODUCTOS
- 5.4.2. LOS PROCESOS DE FLUJOS FINANCIEROS: LA LIQUIDEZ
- 5.4.3. LA SOSTENIBILIDAD
- 5.4.4. LA VULNERABILIDAD
- 5.4.5. LA GESTIÓN DEL TALENTO
- 5.4.6. LONGITUD DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO
- 5.4.7. COLABORACIÓN
- 5.4.7.1. MODELO SCOR
- 5.4.7.2. MODELO CPFR

UNIDAD 6. GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

- 6.1. FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD
 - 6.1.1. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD
 - 6.1.2. CONCEPTO DE CALIDAD
 - 6.1.3. DIMENSIONES DE LA CALIDAD
 - 6.1.4. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD
 - 6.1.5. IMPACTO ECONÓMICO DE LA CALIDAD
- 6.2. LA ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL
 - 6.2.1. CONCEPTO DE CALIDAD TOTAL
 - 6.2.2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL
 - 6.2.3. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y LA CALIDAD TOTAL
 - 6.2.4. EL CLIENTE Y EL PROVEEDOR INTERNO
 - 6.2.5. LA MEJORA CONTINUA
 - 6.2.6. LA MEJORA CONTINUA Y LA INNOVACIÓN
- 6.3. PRINCIPALES APORTACIONES A LA CALIDAD TOTAL
 - 6.3.1. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD SEGÚN DEMING
 - 6.3.2. LA GESTIÓN DE CALIDAD SEGÚN JURAN
 - 6.3.3. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD SEGÚN CROSBY
 - 6.3.4. OTRAS APORTACIONES A LA GESTIÓN DE LA CALIDAD
 - 6.3.4.1. FEIGENBAUN
 - 6.3.4.2. ISHIKAWA
 - 6.3.4.3. TAGUCHI
 - 6.3.4.4. TOM PETERS
- 6.4. TÉCNICAS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL
 - 6.4.1. HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS BÁSICAS
 - 6.4.1.1. DIAGRAMAS DE PARETO
 - 6.4.1.2. DIAGRAMA CAUSA-EFECTO
 - 6.4.1.3. ESTRATIFICACIÓN
 - 6.4.1.4. HOJA DE VERIFICACIÓN
 - 6.4.1.5. HISTOGRAMA
 - 6.4.1.6. DIAGRAMA DE DISPERSIÓN
 - 6.4.1.7. GRÁFICO DE CONTROL

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE, J.; A. M. PAZ; RODRÍGUEZ; J., Y Tous D. (2000), “Dirección y gestión de personal”; Madrid: Pirámide.
- ÁLVAREZ, E.; DÍAZ, F. y LARRINAGA (2011) “Panorama de la gestión de la cadena de suministro: retos, colaboración y gestión de excepciones”; España: Boletín de Estudios Económicos, Vol. LXVI Diciembre Núm. 204, Pág. 531 – 550.
- AVELLA L. Y VAZQUEZ D., (2005) “Es la fabricación ágil un nuevo modelo de producción”; España: Universia Business Review.
- BALLOU, R. (2004) “Logística: administración de la Cadena de Suministro”; México: Person Prentice Hall.
- BARRIENTOS A. (2014) “Toyota, calidad e innovación en cadena”; España: Revista Executive Excellence. www.eexcellence.es
- CHASE, JACOBS & AQUILANO, (2009) “Administración de Operaciones, Producción y Cadena de Suministros”; España: McGraw Hill 12Ed.
- CEDERLUND, Jerold P.; RAJIV KOHLI,; S. SHERER,; Yuliang Yao,., “How Motorola put CPFR into action.(VISIBILITY).” *Supply Chain Management Review*. Peerless Media. 2007. HighBeam Research. 28 Sep. 2014 <<http://www.highbeam.com>>.
- CHRISTOPHER, M. (2011) “Logistics & Supply Chain Management”; UK: Pearson Education Limited, Fourth Edition.
- CHOPRA, S. AND MEINDL, P. (2007) “Supply Chain Management, Strategy, Planning and Operation”; USA: Pearson 3ªEd.
- DAVIS, M.; AQUILANO y CHASE R. (2001); “Fundamentos de dirección de operaciones”; Madrid; Mc GrawHill.
- DÍAZ G, E., Martín PEÑA, M. L. UN ANÁLISIS DE LAS PRIORIDADES COMPETITIVAS DE OPERACIONES EN EMPRESAS INDUSTRIALES ESPAÑOLAS Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa [en línea] 2007, 13 (Septiembre-Diciembre): [fecha de consulta: 9 de octubre de 2014] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120871002>> ISSN 1135-2523.
- DOMINGUEZ J. A.; ÁLVAREZ M.; García S. y Ruiz A. (2001), “Dirección de Operaciones: Aspectos estratégicos en la producción y los servicios”; España: Mc Graw Hill.
- ESPINO RODRÍGUEZ, TOMÁS FCO. El outsourcing y su influencia en los objetivos de la estrategia de operaciones. Una aplicación empírica. Cuadernos de Gestión [en línea] 2003, 3 (Sin mes): [fecha de consulta: 9 de octubre de 2014] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274323095005>> ISSN 1131-6837
- ESPITIA E. y LÓPEZ A. (2005) “Supply Chain Management: Performance Empresarial y Efectos Regionales (Consultado: 27 de septiembre de 2014) disponible en Vol 8.
- FISHER M. (1997) “What is the Right Supply Chain for your Product”; USA: Harvard Business Review.
- GARCIA, A; GARCIA G.; PÉREZ M.; SANCHEZ L. Y SERRANO (2013) « Manual de Dirección de Operaciones, Decisiones Estratégicas”; España: Ediciones Universitarias de Cantabria.
- GERSHMAN, M. (1995); “Acertar a la segunda: cómo triunfar a partir de un fracaso”; España: Grijalvo.

- HEIZER J., RENDER B., (2009) “Dirección de la producción y de operaciones: decisiones tácticas”, España: Pearson Prentice Hall.
- HILL, T; (1991) “Production/Operations Management: Text and Cases”; USA: Prentice Hall.
- HOFMAN, D. (2010) “The AMR Supply Chain Top 25 for 2010” (Consultado: 27 de septiembre 2014) Disponible en: <https://www.gartner.com/doc/1379613/amr-supply-chain-top-#a1821310901>
- IBORRA, M.; DASÍ, A; DOLZ C. Y FERRER C.; (2011) “Fundamentos de Dirección de Empresas: conceptos y habilidades directivas”; España: Paraninfo.
- JOHNSON G., SCHOLLES K., WHITTINGTON, (2006) “Dirección Estratégica”; Madrid: Pearson 7ª Ed.
- KANAWATY, G. (1996); “Introducción al Estudio del Trabajo”; Ginebra: OIT Publicaciones.
- KRAJEWSKI, R. Y MALHOTRA (2008) “Administración de Operaciones, Procesos y Cadenas de Valor”; México: Pearson Educación 8ª edición.
- LIBERT, B. (2014); “Por qué las empresas deberían cubrir las “necesidades más elevadas” del consumidor.” *Universia Knowledge@Wharton*. The Wharton School, University of Pennsylvania, [01 octubre, 2014]. Web. [02 October, 2014] <http://www.knowledgeatwharton.com.es/article/por-que-las-empresas-deberian-cubrir-las-necesidades-mas-elevadas-del-consumidor>
- MIRANDA F.; RUBIO S., CHAMORRO A. y BAÑEGIL T; (2005); “Manual de Dirección de Operaciones”; España: Thomson.
- RAMIREZ, Sergio A. y PENA, Gloria E..(2011) “Análisis de comportamiento caótico en variables de la cadena de suministro”. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science* [online, fecha de consulta: 27 de noviembre de 2014]. 2011, vol.16, n.31, pp. 85-106. ISSN 2077-1886.
- SANTOS, J.; (2006); “Mejorando la Producción con Lean thinking”; Madrid: Pirámide.
- SCHROEDER R.; MEYER S.; y RUNGTUSATHAN. (2011) “Administración de operaciones, conceptos y casos contemporáneos”; México: Mc GrawHill.
- SWEENEY, E. (2013) “Supply Chain, Maga – Trend: Current Status and Future Trend”; (Consultado el 27 de septiembre 2014) Dublin: Institute of Technology, Practitioner Journal. Disponible en: www.nitl.ie The National Institute for Transport and Logistics.
- VELASCO. J. (2010); “Gestión de la Calidad, Mejora continua y sistemas de gestión: teoría y práctica”; Madrid: Pirámide.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	COMERCIO INTERNACIONAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	AIDEE ESPINDOLA BETACOURT	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	35
Número de horas de trabajo personal del estudiante	90
Total horas	125

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. INICIACIÓN AL COMERCIO EXTERIOR

- 1.1. ORIGEN DEL COMERCIO EXTERIOR
- 1.2. INTERCAMBIO EN EL COMERCIO EXTERIOR
- 1.3. BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR
- 1.4. MEDIDAS DE DEFENSA COMERCIAL

UNIDAD 2. INTRODUCCIÓN AL MARKETING INTERNACIONAL

- 2.1. QUÉ ES EL MARKETING INTERNACIONAL
- 2.2. LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO MUNDIAL
- 2.3. ENLACES GLOBALES
- 2.4. OPORTUNIDADES Y RETOS DEL MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD 3. INTRODUCCIÓN A LA OPERATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 3.1. RIESGOS DEL COMERCIO EXTERIOR

UNIDAD 4. PRINCIPALES ÁREAS DEL COMERCIO EXTERIOR

- 4.1. MARKETING
 - 4.1.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL MARKETING
 - 4.1.2. ORIENTACIÓN DE MARKETING EN LA EMPRESA
 - 4.1.3. ELEMENTOS BÁSICOS DEL MARKETING
- 4.2. LOGÍSTICA
 - 4.2.1. LOGÍSTICA EMPRESARIAL
 - 4.2.2. LOGÍSTICA DE SISTEMAS
 - 4.2.3. LA CADENA DE SUMINISTROS
 - 4.2.4. HUBS O PLATAFORMAS LOGÍSTICAS

- 4.2.5. EL OPERADOR LOGÍSTICO
- 4.2.6. LA LOGÍSTICA AL SERVICIO DEL COMERCIO INTERNACIONAL
- 4.3. TRANSPORTE INTERNACIONAL
 - 4.3.1. LA ORGANIZACIÓN EN EL TRANSPORTE
- 4.4. ADUANA
 - 4.4.1. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA
 - 4.4.2. OPERACIÓN ADUANERA
 - 4.4.3. LA DEUDA ADUANERA
 - 4.4.4. DIFERENCIAS ENTRE DESTINO ADUANERO Y RÉGIMEN ADUANERO
 - 4.4.5. ZONAS FRANCAS
 - 4.4.6. DEPÓSITO ADUANERO
 - 4.4.7. FUNCIÓN PRINCIPAL DE UN DEPÓSITO ADUANERO
- 4.5. ÁREA JURÍDICA
- 4.6. ÁREA FINANCIERA Y MEDIOS DE PAGO
 - 4.6.1. LOS MERCADOS DE DIVISAS
 - 4.6.2. EL RIESGO DE CAMBIO
 - 4.6.3. INSTRUMENTOS DE COBERTURA O FINANCIEROS
 - 4.6.4. MEDIOS DE PAGO
- 4.7. FISCALIDAD EN EL COMERCIO EXTERIOR / EL IVA
 - 4.7.1. LA DEVOLUCIÓN DE IVA PARA EL EXPORTADOR FUERA DE LA UNIÓN EUROPEA
 - 4.7.2. REGISTRO DEVOLUCIÓN MENSUAL DEL IVA
 - 4.7.3. EL IVA EN LAS OPERACIONES INTRACOMUNITARIAS
- 4.8. SELECCIÓN DE MERCADOS EXTERIORES
- 4.9. ASPECTOS LEGALES
- UNIDAD 5. DOCUMENTACIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR**
 - 5.1. LA DOCUMENTACIÓN LOGÍSTICA
 - 5.2. DOCUMENTOS COMERCIALES
 - 5.3. DOCUMENTOS DE TRANSPORTE Y SEGURO
 - 5.4. DOCUMENTOS FISCALES
- UNIDAD 6. ORGANIZACIÓN ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA UNIÓN EUROPEA**
 - 6.1. INTEGRACIÓN ECONÓMICA
 - 6.1.1. FORMAS DE INTEGRACIÓN
 - 6.1.2. INCONVENIENTES DE LA INTEGRACIÓN
 - 6.2. ORIGEN DE LA UNIÓN EUROPEA
 - 6.2.1. HISTORIA
- UNIDAD 7. INSTITUCIONES DE LA UNIÓN EUROPEA**
 - 7.1. LA COMISIÓN
 - 7.2. EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA
 - 7.3. EL PARLAMENTO EUROPEO
 - 7.4. EL TRIBUNAL DE JUSTICIA
 - 7.5. EL TRIBUNAL DE CUENTAS EUROPEO
 - 7.6. BANCO CENTRAL EUROPEO
 - 7.7. BANCO EUROPEO DE INVERSIONES
 - 7.8. POLÍTICAS DE LA UNIÓN EUROPEA
- UNIDAD 8. ORGANISMOS INTERNACIONALES**
 - 8.1. OMC. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO
 - 8.2. ONUDI. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL
 - 8.3. OCDE. ORGANIZACIÓN DE COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO
 - 8.4. UNCTAD. CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO
 - 8.5. ASEAN. ASOCIACIÓN DE NACIONES DEL SURESTE ASIÁTICO

8.6. NAFTA. TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE ENTRE EE.UU, CANADÁ Y MÉXICO

8.7. MERCOSUR. MERCADO COMÚN DEL SUR

8.8. INSTITUCIONES DEL COMERCIO EXTERIOR EN ESPAÑA

UNIDAD 9. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

9.1. PAPEL DE LOS CONTRATOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

9.1.1. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DE UN CONTRATO INTERNACIONAL

9.1.2. ELEMENTOS ESENCIALES DE TODO CONTRATO

9.2. FORMACIÓN Y EJECUCIÓN DEL CONTRATO

9.2.1. FASE PREPARATORIA

9.3. LEGISLACIÓN APLICABLE EN EL CONTRATO INTERNACIONAL

9.3.1. LEY DEL PAÍS O DE UNA DE LAS PARTES CONTRATANTES

9.3.2. CONVENIOS INTERNACIONALES

9.3.3. LEX MERCATORIA

9.4. JURISPRUDENCIA APLICABLE

9.5. TRIBUNALES DE JUSTICIA

9.6. EL ARBITRAJE

9.7. RECONOCIMIENTO Y EJECUCIÓN DE SENTENCIAS EXTRANJERAS

9.8. TIPOS DE CONTRATOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD 10. INCOTERMS 2019. QUÉ SON, CUÁNDO Y POR QUÉ NACEN

10.1. CLASIFICACIÓN DE LOS INCOTERMS 2010

10.2. PAGO DEL TRANSPORTE Y TRANSMISIÓN DEL RIESGO

10.3. PRINCIPALES CAMBIOS EN IN 2000 A IN 2010

10.4. VARIANTES EN LOS INCOTERMS 2010

10.5. DISTINCIÓN ENTRE MARÍTIMOS Y MULTIMODALES:

10.6. REDUCCIÓN DE 13 A 11 INCOTERMS

10.7. COSTES INCOTERMS 2010

10.8. DESCARGAS INCOTERMS 2010: HASTA DONDE LLEGAMOS

10.9. TRANSMISIÓN DE RIESGO INCOTERMS 2010:

10.10. INCOTERMS 2010 RECOMENDADOS PARA CADA TIPO DE TRANSPORTE

10.11. DOCUMENTACIÓN A ENTREGAR A COMPRADOR, INSTITUCIONES O ENTIDADES FINANCIERAS

10.12. INCOTERMS 2010 Y CRÉDITOS DOCUMENTARIOS

10.13. CUANDO DEBEMOS UTILIZAR CADA UNO DE LOS INCOTERMS 2010

10.14. EJEMPLOS DE UN USO CORRECTO EN INCOTERMS 2010

UNIDAD 11. COMERCIALIZACIÓN. FORMAS DE ACCESO A MERCADOS INTERNACIONALES

11.1. EXPORTACIÓN DIRECTA

11.1.1. EL AGENTE COMERCIAL O SALES MANAGER

11.1.2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO

11.2. EXPORTACIÓN INDIRECTA

11.2.1. OTRAS FORMAS DE DISTRIBUCIÓN/COMPAÑÍAS DE TRADING

11.3. ACUERDOS DE COLABORACIÓN

11.3.1. OTRAS FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

11.4. IMPLANTACIÓN

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos

adquiridos de forma práctica.

- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- WILSON, John. "Comercio internacional en la pequeña y mediana empresa". Editorial: Ediciones Pirámide S.A.
- GARCIA PÉREZ, Gloria "Comercio Internacional". Editorial: Fundación CONFEMETAL
- HERNANDEZ MUÑOS, Lázaro. "Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional". Editorial: Fundación CONFEMETAL
- SORET LO SANTOS, Ignacio. "Logística comercial y empresarial". Editorial: SIC
- VALERO DSANCHEZ, Juan. "Gestión de la logística en la empresa". Año 2013, Ediciones: Pirámide

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	ALEJANDRO ALVAREZ-CANAL	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	35
Número de horas de trabajo personal del estudiante	90
Total horas	125

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. LOGÍSTICA

- 1.1. LA CADENA LOGÍSTICA
- 1.2. INFRAESTRUCTURAS Y PLATAFORMAS LOGÍSTICAS
- 1.3. OPERADORES LOGÍSTICOS
 - 1.3.1. OPERADORES ESPECÍFICOS DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL
 - 1.3.2. OTROS OPERADORES LOGÍSTICOS
- 1.4. LA CADENA DE SUMINISTROS
 - 1.4.1. OBJETIVOS DE LA CADENA LOGÍSTICA
 - 1.4.2. EL LEAD TIME O TIEMPO DE ENTREGA
 - 1.4.3. TIEMPO DE ENTREGA VARIABLE
- 1.5. GESTIÓN DE LA CADENA LOGÍSTICA
- 1.6. OPTIMIZACIÓN DE LOS COSTES LOGÍSTICOS
- 1.7. COMPONENTES DEL COSTO LOGÍSTICO; SOTCK, ALMACENAJE, PICKING, ENVASE, EMBALAJE Y TRANSPORTE
- 1.8. CADENA DE SUMINISTROS Y COSTOS LOGÍSTICOS ASOCIADOS
- 1.9. MEJORA DE LA EFICIENCIA EN LAS OPERACIONES DE LA CADENA DE SUMINISTROS
- 1.10. ELECCIÓN DE ALTERNATIVAS LOGÍSTICAS DE DISTRIBUCIÓN EN EL “ÁMBITO INTERNACIONAL”
- 1.11. LA LOGÍSTICA INVERSA

UNIDAD 2. TRANSPORTE INTERNACIONAL

- 2.1. INTRODUCCIÓN AL TRANSPORTE
 - 2.1.1. INTRODUCCIÓN
 - 2.1.2. CONCEPTO Y ORGANIZACIÓN DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL: INTRAEUROPEO Y CON

TERCEROS PAÍSES

2.2. OPERATIVA DEL TRANSPORTE INTERMODAL

2.2.1. LOS DISTINTOS MODOS DE TRANSPORTE Y SUS CARACTERÍSTICAS

2.2.2. COMPARATIVA DEL MODO DE TRANSPORTE EN RELACIÓN A SU RAPIDEZ, CAPACIDAD, SEGURIDAD, COSTE Y TIPO DE MERCANCÍA

2.2.3. ASPECTOS TÉCNICOS DEL TRANSPORTE: VEHÍCULOS Y LIMITACIONES

2.2.3.1. TRANSPORTE POR CARRETERA

2.2.3.2. TIPOLOGÍA DE LOS VEHÍCULOS

2.2.3.3. TRANSPORTE FERROVIARIO. CARACTERÍSTICAS Y LIMITACIONES.88

2.2.3.4. TIPOLOGÍA DE LOS VAGONES

2.2.3.6. TRANSPORTE MARÍTIMO

2.2.3.7. TIPOLOGÍA DE LOS BUQUES

2.2.3.8. TRANSPORTE AÉREO

2.2.3.9. TIPOLOGÍA DE LAS AERONAVES

2.2.4. UNIDADES DE TRANSPORTE INTERMODAL (UTI): CONTENEDORES MÁS UTILIZADOS

2.3. EL SERVICIO DE TRANSPORTE EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL “INCOTERMS”

2.3.1. OBJETIVOS DE LOS INCOTERMS

2.3.2. ASPECTOS QUE NO CONTEMPLAN LOS INCOTERMS

2.3.3. OBLIGACIONES DEL COMPRADOR Y EL VENDEDOR

2.3.4. LOS RIESGOS Y LOS COSTES DE LOS INCOTERMS

2.3.4.1. LOS INCOTERMS Y EL SEGURO

2.3.4.2. EL DESPACHO DE LA MERCANCÍA POR LA ADUANA

2.3.4.3. LOS INCOTERMS, UNO POR UNO

2.4. FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DISTINTOS TIPOS DE TRANSPORTE

2.4.1. TRANSPORTE MARÍTIMO

2.4.2. TRANSPORTE POR CARRETERA

2.4.3. TRANSPORTE FERROVIARIO

2.4.4. TRANSPORTE AÉREO

2.5. CONVENIOS INTERNACIONALES: TERRESTRE, AÉREO Y MARÍTIMO

2.6. REGULACIÓN ADUANERA DEL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS

2.7. NORMATIVAS REGULADORAS EN LOS DISTINTOS MODOS DE TRANSPORTE

2.8. PLANIFICACIÓN DE OPERACIONES DE TRANSPORTE DE LARGA DISTANCIA

2.8.1. LA PLANIFICACIÓN DE LAS CARGAS

2.8.2. MÉTODOS DE PLANIFICACIÓN

2.8.3. PLANIFICACIÓN DE RUTAS

2.9. REDES E INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE A NIVEL EUROPEO E INTERNACIONAL

2.9.1. LA ACCESIBILIDAD ENTRE LOS GRANDES CENTROS NEURÁLGICOS DEL MUNDO

2.9.2. LOS SISTEMAS DE TRANSPORTE: INFRAESTRUCTURAS, REDES Y GESTIÓN

2.9.2.1. INFRAESTRUCTURAS DEL TRANSPORTE TERRESTRE

2.9.2.2. COSTES EN LAS OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

2.10. ESTRUCTURA DE LOS COSTES SEGÚN EL MODO DE TRANSPORTE

2.10.1. ESTRUCTURA DE LOS COSTES SEGÚN LOS INCOTERMS SELECCIONADOS

2.10.2. COSTES FIJOS Y VARIABLES

2.11. TARIFAS Y PRECIOS SEGÚN LOS MODOS DE TRANSPORTE

2.12. GESTIÓN DOCUMENTAL BÁSICA DE OPERACIONES DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

2.12.1. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA MERCANCÍA EN EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

2.13. DOCUMENTACIÓN DE TRANSPORTE SEGÚN EL MODO

2.13.1. CONOCIMIENTO DE EMBARQUE FIATA DE TRANSPORTE COMBINADO (CTBL) BILL OF LANDING)

- 2.13.2. CONOCIMIENTO DE EMBARQUE MARÍTIMO (B/L)
- 2.13.3. CONOCIMIENTO DE EMBARQUE AÉREO (AWB O HAWB Y MASTER AWB)
- 2.13.4. CMR O CARTA DE PORTE POR CARRETERA
- 2.13.5. CIM O CARTA DE PORTE POR CARRETERA (RAILROAD BILL OF LADING)
- 2.13.6. OTROS DOCUMENTOS
- 2.13.7. EL SEGURO EN EL TRANSPORTE TERRESTRE, MARÍTIMO Y AÉREO
- 2.14. LIQUIDACIÓN DE SINIESTROS: OPERATIVA Y GESTIÓN DE LA PÓLIZA DEL SEGURO
- 2.15. DOCUMENTACIÓN EN TRÁNSITO DE LAS MERCANCÍAS
- 2.16. GUÍA DE TRÁNSITO PARA PRODUCTOS SOMETIDOS A IMPUESTOS ESPECIALES
- 2.17. FICHAS Y CERTIFICACIONES DE MERCANCÍAS PELIGROSAS, CERTIFICADOS SANITARIOS, OTROS...)

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- RUIZ CAMAS, Juan Antonio, Logística Comercial. Ediciones: MC Graw Hill.
- JAY HEIZER y BARRY RENDER (2009), Principios de Administración de Operaciones. México: Pearson education.
- MADARIAGA, Francisco (2013), LEAN MANUFACTURING. Bubock Publishing S.L.
- CRUELLES RUIZ, José Agustín, Productividad Industrial (Mejoras de métodos y tiempos de fabricación). Ediciones: Macombo Ed. Técnicas.
- LEBAS, Pierre (1972), Gestión de stocks y Organización de Almacenes. Bilbao, España: Deusto.
- SORET LOS SANTOS, Ignacio (1994), Logística Comercial y Empresarial. Madrid, España: ESIC Ed.
- GONZÁLEZ JIMENEZ, Ana Belén (2012), Técnicas administrativas. Sevilla, España: Editorial MAD; S.L.
- WILSON, John. "Comercio internacional en la pequeña y mediana empresa". Editorial: Ediciones Pirámide S.A.
- GARCÍA PÉREZ, Gloria. "Comercio Internacional". Editorial: Fundación CONFEMETAL
- HERNÁNDEZ MUÑOS, Lázaro. "Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional". Editorial: Fundación CONFEMETAL
- SORET LO SANTOS, Ignacio. "Logística comercial y empresarial". Editorial: SIC
- 12. VALERO DSANCHEZ, Juan. "Gestión de la logística en la empresa". Año 2013. Ediciones: Pirámide

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	GESTIÓN DE ADUANAS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
Profesor responsable	ALEJANDRO ALVAREZ-CANAL	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	42
Número de horas de trabajo personal del estudiante	108
Total horas	150

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. EL SISTEMA ADUANERO Y NORMATIVA INTERNACIONAL

- 1.1. CONCEPTOS Y FUNCIONES DE LA ADUANA
- 1.2. TERRITORIO ADUANERO
- 1.3. OPERADORES
- 1.4. MERCANCÍAS COMUNITARIAS Y NO COMUNITARIAS
- 1.5. DERECHO ADUANERO / FUENTES
 - 1.5.1. CÓDIGO ADUANERO COMUNITARIO
- 1.6. REGÍMENES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVOS
 - 1.6.1. ANÁLISIS DE LOS REGÍMENES
 - 1.6.2. IMPLICACIONES EN LA DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTO ADUANERO EN CADA RÉGIMEN

UNIDAD 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE LAS MERCANCÍAS

- 2.1. LA TARIFA ADUANERA
- 2.2. NOMENCLATURAS UNIFORMES
 - 2.2.1. SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE LAS MERCANCÍAS
 - 2.2.2. NOMENCLATURA COMBINADA
 - 2.2.3. ARANCEL INTEGRADO COMUNITARIO

UNIDAD 3. ATRIBUCIÓN DEL ORIGEN DE LAS MERCANCÍAS

- 3.1. ORIGEN EN EL CÓDIGO ADUANERO COMUNITARIO
- 3.2. CRITERIOS DE ATRIBUCIÓN DEL ORIGEN DE LA UNIÓN EUROPEA
 - 3.2.1. ORIGEN PREFERENCIAL

3.2.2. ORIGEN NO PREFERENCIAL

3.2.3. EXENCIONES O BONIFICACIONES CONDICIONADAS AL ORIGEN DE LAS MERCANCÍAS

3.3. DOCUMENTOS

3.3.1. CERTIFICADO DE ORIGEN

3.3.2. EL CERTIFICADO DE ORIGEN MODELO A. CERTIFICADOS DE ORIGEN MODELO APR

3.3.3. CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN EUR1. CERTIFICADO DE ORIGEN EUR 2

3.3.4. OTROS

UNIDAD 4. CÁLCULO Y DECLARACIÓN DEL VALOR EN ADUANA DE LAS MERCANCÍAS

4.1. CONCEPTO DE VALOR DE LA ADUANA

4.2. CONDICIONES AL VALOR EN ADUANA DE LAS MERCANCÍAS

4.3. MÉTODOS DE VALORACIÓN

4.3.1. MÉTODO PRINCIPAL: VALOR DE TRANSACCIÓN

4.3.2. MÉTODOS SECUNDARIOS

4.3.3. AJUSTES DE VALOR EN ADUANAS

4.4. CÁLCULO DEL VALOR EN ADUANA EN IMPORTACIONES POR VÍA AÉREA

4.5. DOCUMENTOS DE DECLARACIÓN DE VALOR EN ADUANA

UNIDAD 5. IDENTIFICACIÓN Y PROCEDIMIENTO DE LOS DESTINOS ADUANEROS

5.1. IMPORTACIÓN. DESPACHO A LIBRE PRACTICA

5.2. DESPACHO A CONSUMO

5.2.1. CONCEPTOS

5.2.2. PROCEDIMIENTO DE DESPACHO DE IMPORTACIÓN: PRESENTACIÓN DE MERCANCÍAS.

DECLARACIÓN SUMARÍA. DEPÓSITO TEMPORAL. DECLARACIÓN ADUANERA

5.2.3. PROCEDIMIENTOS SIMPLIFICADOS

5.2.4. OTROS TIPOS

5.3. EXPORTACIÓN

5.3.1. DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN

5.3.2. PROCEDIMIENTO DE DESPACHO DE EXPORTACIÓN

5.4. RÉGIMENES ECONÓMICOS Y/O SUSPENSIVOS: CONCEPTO, CONCESIÓN Y FUNCIONAMIENTO

5.4.1. DEPÓSITO TEMPORAL

5.4.2. PERFECCIONAMIENTO ACTIVO

5.4.3. PERFECCIONAMIENTO PASIVO

5.4.4. ADMISIÓN O IMPORTACIÓN TEMPORAL

5.5. TRÁNSITO: CONCEPTO, REGULACIÓN LEGAL Y FUNCIONAMIENTO

5.5.1. TRÁNSITO COMUNITARIO EXTERNO

5.5.2. TRÁNSITO COMUNITARIO INTERNO

5.6. DEPÓSITOS Y ZONAS FRANCAS

5.6.1. CONCEPTO DE ZONA FRANCA Y DE DEPÓSITO FRANCO

5.7. REEXPORTACIÓN, DESTRUCCIÓN Y ABANDONO DE LAS MERCANCÍAS

UNIDAD 6. LA DEUDA ADUANERA

6.1. COMPOSICIÓN DE LA DEUDA ADUANERA

6.2. NORMATIVA APLICABLE

6.3. EXIGIBILIDAD DE LA DEUDA ADUANERA

6.3.1. DEUDA ADUANERA DE IMPORTACIÓN, DE EXPORTACIÓN

6.3.2. BASE IMPONIBLE DE LOS DERECHOS

6.3.3. INTERESES

6.4. CONTRACCIÓN Y EXTINCIÓN DE LA DEUDA ADUANERA

UNIDAD 7. GESTIÓN DE DOCUMENTOS ADUANEROS

- 7.1. DOCUMENTO ÚNICO ADMINISTRATIVO, DUA
- 7.1.2. TIPOS DE DECLARACIONES
- 7.2. CUMPLIMENTACIÓN DEL DUA
- 7.2.1. FORMULARIOS
- 7.3. PRESENTACIÓN
- 7.3.1. EL PLAZO
- 7.3.2. PRESENTACIÓN EN PAPEL
- 7.4. DOCUMENTOS QUE DEBEN PRESENTARSE CON EL DUA
- 7.4.1. COMERCIALES
- 7.4.2. SEGURO
- 7.4.3. TRANSPORTE
- 7.4.4. CERTIFICADOS
- 7.4.5. HOMOLOGACIONES
- 7.4.6. OTROS
- 7.4.7. SISTEMA ESTADÍSTICO INTRASTAT

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- Tratados de Aduanas e impuesto especiales. Autor: Benjamin Maseó
- Gestión Aduanera. Autor: Pedro Coll. Editorial: Marge Books (2013)
- 3. Las Aduanas y el comercio internacional. Autor: Miguel Cabello. Editorial: ESIC

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	FINANZAS INTERNACIONALES	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
Profesor responsable	CRISTINA MORTE GÓMEZ	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	42
Número de horas de trabajo personal del estudiante	108
Total horas	150

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. MERCADOS E INSTRUMENTOS FINANCIEROS

1.1. INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

1.1.1. FUNCIONES DE LOS INTERMEDIARIOS O INSTITUCIONES FINANCIERAS

1.1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS INSTITUCIONES O INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

1.2. MERCADOS FINANCIEROS

1.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

1.2.2. CLASIFICACIÓN DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

1.3. MERCADO DE DIVISA

1.3.1. LA PARIDAD O TIPO DE CAMBIO

1.3.2. MODALIDADES DE TIPOS DE CAMBIO

1.3.3. FACTORES DEL TIPO CAMBIO

1.3.4. EL RIESGO DEL TIPO DE CAMBIO

1.4. BOLSA DE VALORES

1.4.1. ESTRUCTURA DE LA BOLSA DE VALORES

1.4.2. LAS PRINCIPALES BOLSAS DEL MUNDO

1.5. INSTRUMENTOS Y ACTIVOS FINANCIEROS

1.5.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS ACTIVOS FINANCIEROS

1.6. ACTIVOS FINANCIEROS DE RENTA VARIABLE (ACCIONES)

1.6.1. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS ACCIONISTAS

1.6.2. OBLIGACIONES DE LOS ACCIONISTAS

1.6.3. TIPOLOGÍA DE LAS ACCIONES

1.6.4. EMISIÓN DE ACCIONES

1.6.5. FACTORES QUE DETERMINAN EL ÉXITO DE LA AMPLIACIÓN DE CAPITAL

1.7. ACTIVOS FINANCIEROS DE RENTA FIJA

1.7.1. CARACTERÍSTICAS DE LA RENTA FIJA

1.7.2. TIPOLOGÍA DE EMISIONES DE RENTA FIJA

UNIDAD 2. COMERCIO EXTERIOR

2.1. LAS RELACIONES INTERNACIONALES

2.2. CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES

2.3. COMERCIO EXTERIOR Y COMERCIO INTERNACIONAL

2.4. LA TEORÍA ECONÓMICA DEL COMERCIO EXTERIOR

2.5. EL ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES Y COMERCIO (GATT)

2.6. LOS PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL

2.7. LAS MEDIDAS DE COOPERACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

2.8. INCOTERMS

2.8.1. CATEGORIZACIÓN DE LOS INCOTERMS

2.9. DOCUMENTACIÓN PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

2.9.1. FACTURAS

2.9.2. DOCUMENTOS DE TRANSPORTE

2.9.3. SEGUROS

2.9.4. CERTIFICADOS

2.10. MEDIOS DE PAGO DEL COMERCIO EXTERIOR

2.10.1. CRÉDITO DOCUMENTARIO

2.10.2. ORDEN DE PAGO

2.10.3. REMESA DOCUMENTARIA

UNIDAD 3. CALIFICACIÓN CREDITICIA (RATINGS)

3.1. AGENCIAS DE CALIFICACIÓN

3.2. FUNCIONAMIENTO DE LAS AGENCIAS

3.3. STANDARD & POOR'S

3.3.1. CATEGORÍA DE LA INVERSIÓN

3.3.2. CATEGORÍAS ESPECULATIVAS

3.3.3. PAGARÉS DE LA EMPRESA

3.4. MOODY'S

3.4.1. CALIFICACIONES DE LA DEUDA A LARGO PLAZO: GRADO DE INVERSIÓN

3.4.2. CALIFICACIONES DE LA DEUDA A CORTO PLAZO

3.5. FITCH

3.5.1. CALIFICACIONES DEL RIESGO DE CRÉDITO A LARGO PLAZO

3.5.2. CALIFICACIONES DEL RIESGO DEL CRÉDITO A CORTO PLAZO

3.5.3. NOTAS A LAS CALIFICACIONES A CORTO Y LARGO PLAZO

3.5.4. CALIFICACIONES DE APOYO

3.5.5. CALIFICACIÓN DE VIABILIDAD

UNIDAD 4. DERIVADOS FINANCIEROS

4.1. INTRODUCCIÓN

4.2. CONTRATO A PLAZO O FORWARD

4.3. OPCIONES

4.3.1. NOMENCLATURA BÁSICA

- 4.3.2. COTIZACIÓN DE OPCIONES
 - 4.3.3. MODALIDADES DE OPCIONES
 - 4.3.3.1. OPCIÓN CALL SOBRE TIPO DE INTERÉS O CAP
 - 4.3.3.2. OPCIÓN PUT SOBRE TIPOS DE INTERÉS O FLOOR
 - 4.3.3.3. OPCIONES SOBRE DIVISAS
 - 4.3.4. OPCIONES SOBRE ACCIONES
 - 4.3.5. COLLAR
 - 4.4. CONTRATO DE SEGURO DE CAMBIO
 - 4.4.1. CARACTERÍSTICAS
 - 4.4.2. FORMACIÓN DEL PRECIO
 - 4.4.3. FORMULACIÓN DEL SEGURO DE CAMBIO
 - 4.4.4. CANCELACIÓN ANTICIPADA
 - 4.5. CONTRATO A PLAZO SOBRE TIPOS DE INTERÉS O FORWARD RATE AGREEMENT (FRA)
 - 4.5.1. CARACTERÍSTICAS
 - 4.5.2. UTILIDAD
 - 4.5.3. VENTAJAS
 - 4.5.4. OPERATIVA
 - 4.5.5. CÁLCULO DE INTERÉS TEÓRICO
 - 4.5.6. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE UN FRA
 - 4.5.7. CÁLCULO DEL IMPORTE DE LIQUIDACIÓN
 - 4.5.8. GRÁFICO DE BENEFICIOS Y PÉRDIDAS
 - 4.5.9. DOCUMENTACIÓN DE UN FRA
 - 4.5.10. PLAZOS OPERATIVOS EN LOS CONTRATOS DE FRA
 - 4.5.11. DESHACER UNA OPERACIÓN DE FRA
 - 4.6. SWAP O PERMUTA FINANCIERA
 - 4.6.1. CARACTERÍSTICAS
 - 4.6.2. MODALIDADES DE SWAPS
 - 4.6.2.1. SWAP DE TIPOS DE INTERÉS O (INTEREST RATE SWAP)
 - 4.6.2.2. CROSS CURRENCY SWAP
 - 4.6.2.3. SWAPS DE ACCIONES O “EQUITY SWAP”
- UNIDAD 5. FISCALIDAD INTERNACIONAL**
- 5.1. INTRODUCCIÓN
 - 5.2. LA DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL
 - 5.2.1. CONCEPTO
 - 5.2.2. DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL JURÍDICA
 - 5.2.3. DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL ECONÓMICA
 - 5.3. CONSECUENCIAS DE LA DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL
 - 5.4. ELIMINACIÓN DE LA DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL
 - 5.5. MÉTODOS PARA LA ELIMINACIÓN DE LA DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL
 - 5.5.1. EL MÉTODO DE EXENCIÓN
 - 5.5.2. EL MÉTODO DE IMPUTACIÓN
 - 5.5.3. CONSECUENCIA Y EFECTOS DE LOS MÉTODOS DE IMPUTACIÓN
 - 5.6. LOS CONVENIOS DE DOBLE IMPOSICIÓN
 - 5.7. TAX SPARING Y TAX MATCHING
 - 5.8. CONCLUSIONES

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final (80%), puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online (20%)

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, M. R. (1999). Comunicación Intercultural; España: Anthropos.
- Ainsenson, A (1994). Resolución de conflictos: un enfoque psicosociológico; Kogan 1ª edición, FCE.
- Altschul, C. (2003). Dinámica de la negociación estratégica. Argentina: Granica.
- Ávila, F. (2000). Tácticas para la negociación internacional, las diferencias culturales. México: Trillas.
- Dasí, F y Martínez, R. (1999). Técnicas de negociación, un método práctico ESIC 2ª edición.
- Decaro, J. (2000). La cara humana de la negociación Colombia: Editorial Mac Graw Hill.
- Davis, F. (2003). La comunicación no verbal. España: Psicología Alianza Editorial.
- Díaz M. (2004). Más Chaplin y menos Platón.; Chile; Editorial Cuatro vientos.
- Fisher, R.(1999). Más allá de Maquiavelo. Argentina; Granica.
- Fisher, R; Ury, W y Patton, B. (1994). Obtenga el Sí, el arte de negociar sin ceder; México: CECSA. 2ª edición.
- Filley; A. (1995). Solución de conflictos interpersonales; México: Editorial Trillas.
- Fishman, T. (2007), China S.A., Cómo la nueva potencia industrial desafía al mundo; México; De Bolsillo.
- Forrest H. Patton;(2000). La fuerza de persuasión, técnicas de influencia interpersonal; Madrid/Barcelona/Bilbao: Ediciones Deusto.
- Gálvez, S; (2003). Negociación directa y asistida; Lima: ASOPDES.
- Hall, E.T.; (1978). Más allá de las culturas; Barcelona: Ed. Gustavo Pili. S.A.
- Hendón, D. y Hendón, R (1999). Cómo negociar en cualquier parte del mundo. México: Limusa.
- Hofstede, G; Minkov, M. (2010). Cultures and organizations, software of the main; USA; Mc Graw Hill.
- Kennedy, G. (2000). Una nueva forma de negociar; Bilbao: Editorial. DEUSTO.
- Knapp, M. (1982) Essentials of nonverbal communication; USA. Bull
- Knapp, M. (2003). La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno. México: Paidós.
- Lewicki, Roy, (1999). Negotiation; U.S.A:McGraw-Hill.
- Leung, K. and Tjosvold, D. (1998) Conflict management in the Asia Pacific; Singapore: Wiley.
- Llano, C. (2004). Humildad y liderazgo ¿Necesita un empresario ser humilde?; México: Ediciones Ruz.
- MacLeod, M. (2000). Language barriers, Supply Management; USA
- Marshall B. Rosenberg (2000). Comunicación no violenta España: Editorial Urano.
- Reardon, K. (1991). La persuasión en la comunicación, teoría y contexto. España: Paidós.
- Usunier, JC. 4th ed. (2005). Marketing across cultures. London: Prentice Hall.
- Ury, W. (2000). Alcanzar la paz, diez caminos para resolver conflictos en la casa, el trabajo y el mundo Buenos Aires: Ed. Paidós.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2018-2019	
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)	
Nombre de la asignatura	PREVENCIÓN DE BLANQUEO DE CAPITALS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	4 ECTS	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
Profesor responsable	JOSE ANTONIO RUBIO BLANCO	
Idioma en el que se imparte	Español	

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	28
Número de horas de trabajo personal del estudiante	72
Total horas	100

CONTENIDOS (Temario)

UNIDAD 1. CONCEPTOS BÁSICOS, NORMATIVAS Y ORGANISMOS

1.1. BLANQUEO DE CAPITALS

1.1.1. DEFINICIÓN

1.1.2. FASES

1.2. FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO

1.3. NORMATIVA Y ORGANISMOS

1.3.1. NACIONAL

1.3.1.1. COMISIÓN DE PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITALS E INFRACCIONES MONETARIAS

1.3.1.2. SERVICIO EJECUTIVO DE LA COMISIÓN DE PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITALS E INFRACCIONES MONETARIAS (SEPBLAC)

1.3.1.3. COMITÉ DE INTELIGENCIA FINANCIERA

1.3.2. INTERNACIONAL

1.3.2.1. PARLAMENTO Y CONSEJO EUROPEO

1.3.2.2. GRUPO DE ACCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL (GAFI)

1.4. RESUMEN DEL TEMA

UNIDAD 2. SUJETOS OBLIGADOS. MEDIDAS Y PROCEDIMIENTOS DE DILIGENCIA DEBIDA

2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS SUJETOS OBLIGADOS

2.2. MEDIDAS Y PROCEDIMIENTOS DE DILIGENCIA DEBIDA

2.2.1. OBLIGACIÓN DE IDENTIFICACIÓN FORMAL Y CONOCIMIENTO DE CLIENTES

2.2.1.1. IDENTIFICACIÓN FORMAL

- 2.2.1.2. IDENTIFICACIÓN DEL TITULAR REAL
- 2.2.1.3. PROPÓSITO E ÍNDOLE DE LA RELACIÓN DE NEGOCIOS
- 2.2.1.4. SEGUIMIENTO CONTINUO DE LA RELACIÓN DE NEGOCIOS
- 2.2.2. APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS DE DILIGENCIA DEBIDA
- 2.2.3. POLÍTICA DE ADMISIÓN DE CLIENTES
- 2.2.4. MEDIDAS SIMPLIFICADAS DE DILIGENCIA DEBIDA
- 2.2.5. MEDIDAS REFORZADAS DE DILIGENCIA DEBIDA
- 2.2.6. PERSONAS CON RESPONSABILIDAD PÚBLICA
- 2.2.7. PRODUCTOS U OPERACIONES PROPICIAS AL ANONIMATO Y NUEVOS DESARROLLOS TECNOLÓGICOS
- 2.3. RESUMEN DEL TEMA

UNIDAD 3. OBLIGACIONES DE INFORMACIÓN

- 3.1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO
- 3.2. ALERTAS
- 3.3. DETECCIÓN Y COMUNICACIÓN DE OPERACIONES SOSPECHOSAS
 - 3.3.1. EXAMEN ESPECIAL
 - 3.3.2. DETECCIÓN DE CLIENTES VINCULADOS CON LA FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO
- 3.4. COMUNICACIÓN POR INDICIO
 - 3.4.1. REGISTRO
- 3.5. COMUNICACIÓN SISTEMÁTICA
- 3.6. OBLIGACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD
- 3.7. COOPERACIÓN CON LA COMISIÓN DE PREVENCIÓN DE BLANQUEO DE CAPITALES E INFRACCIONES MONETARIAS Y CON SUS ÓRGANOS DE APOYO
- 3.8. CONSERVACIÓN DE DOCUMENTOS
- 3.9. MEDIOS DE PAGO
 - 3.9.1. OBLIGACIÓN DE DECLARAR
 - 3.9.2. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN
- 3.10. RESUMEN DEL TEMA

UNIDAD 4. MEDIDAS Y ÓRGANOS DE CONTROL INTERNO

- 4.1. INTRODUCCIÓN A LAS MEDIDAS Y ÓRGANOS DE CONTROL INTERNO
- 4.2. INFORME DE AUTOEVALUACIÓN DEL RIESGO ANTE EL BLANQUEO DE CAPITALES Y LA FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO
- 4.3. MEDIDAS DE CONTROL INTERNO
 - 4.3.1. MANUAL DE PREVENCIÓN
- 4.4. ORGANIZACIÓN INTERNA
 - 4.4.1. ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN DEL SUJETO OBLIGADO
 - 4.4.2. ÓRGANO DE CONTROL INTERNO: REPRESENTANTE ANTE EL SEPBLAC
 - 4.4.3. ÓRGANO DE CONTROL INTERNO (OCI)
 - 4.4.4. FORMACIÓN SOBRE PREVENCIÓN DE BLANQUEO DE CAPITALES
- 4.5. EXAMEN EXTERNO
- 4.6. CONTRATACIÓN DE DIRECTIVOS Y EMPLEADOS
- 4.7. REGISTRO DE LA DOCUMENTACIÓN E INFORMES SOMETIDOS AL ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN EN MATERIA DE PBC/FT Y DE LAS DECISIONES ADOPTADAS POR ESTE
- 4.8. VERIFICACIÓN INTERNA
- 4.9. RESUMEN DEL TEMA

UNIDAD 5. INFRACCIONES Y SANCIONES

- 5.1. CLASES DE INFRACCIONES
 - 5.1.1. INFRACCIONES MUY GRAVES
 - 5.1.2. INFRACCIONES GRAVES
 - 5.1.3. INFRACCIONES LEVES
- 5.2. RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES Y DIRECTIVOS
- 5.3. SANCIONES
 - 5.3.1. SANCIONES POR INFRACCIONES MUY GRAVES
 - 5.3.2. SANCIONES POR INFRACCIONES GRAVES
 - 5.3.3. SANCIONES POR INFRACCIONES LEVES
- 5.4. GRADUACIÓN DE LAS SANCIONES
- 5.5. EJECUCIÓN DE LAS SANCIONES
- 5.6. PRESCRIPCIÓN DE LAS INFRACCIONES Y DE LAS SANCIONES
- 5.7. RESUMEN DEL TEMA

EVALUACIÓN

La asignatura es evaluada a través de:

Actividades individuales, las cuales suponen el 90% de la calificación final:

- Casos prácticos a desarrollar. Estas actividades suponen un mayor porcentaje en la nota final, puesto que se trata de un ejercicio de reflexión, con el objetivo de aplicar los conocimientos adquiridos de forma práctica.
- Exámenes online

Actividades colaborativas a través de la participación en los foros de debate (10% de la calificación final)

BIBLIOGRAFÍA

Publicaciones

- SEPBLAC:
- Recomendaciones sobre las medidas de control interno para la PBC/FT.
- Ficha de autoevaluación del sistema de PBC/FT.

Legislación

- NORMATIVA ESPAÑOLA
- Ley 12/2003 de 21 de mayo, de bloqueo de la financiación del terrorismo (modificada por la Ley 10/2010).
- Ley 19/2003, de 4 de julio, sobre Régimen jurídico de los movimientos de capital y de las transacciones económicas en el exterior y sobre determinadas medidas para la prevención del blanqueo de capitales.
- Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo (BOE 29/04/10), modificada por la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.

- Orden ECO/2652/2002, de 24 de octubre, por la que se desarrollan las obligaciones de comunicación de operaciones en relación con determinados países al Servicio Ejecutivo de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales e Infracciones Monetarias.
- Orden EHA 1439/2006, de 3 de mayo, reguladora de la declaración de movimientos de medios de pago en el ámbito de la prevención del blanqueo de capitales.
- Orden EHA/2444/2007, de 31 de julio, por la que se desarrolla el Reglamento de la
- Ley 19/1993, de 28 de diciembre, sobre determinadas medidas de prevención del blanqueo de capitales, aprobado por Real Decreto 925/1995, de 9 de junio, en relación con el informe externo sobre los procedimientos y órganos de control interno y comunicación establecidos para prevenir el blanqueo de capitales.
- Real Decreto 54/2005, de 21 de enero, por el que se modifican el RPBC y otras normas de regulación del sistema bancario, financiero y asegurador (BOE 22/01/05).
- Resolución de 10 de agosto de 2012, de la Secretaría General del Tesoro y Política Financiera, por la que se publica el Acuerdo de 17 de julio de 2012, de la Comisión de Prevención del Blanqueo de Capitales e Infracciones Monetarias, por el que se determinan las jurisdicciones que establecen requisitos equivalentes a los de la legislación española de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.

NORMATIVA INTERNACIONAL

- III Directiva 2005/60/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 2005, relativa a la prevención de la utilización del sistema financiero para el blanqueo de capitales y para la financiación del terrorismo.
- Directiva 2006/70/CE de la Comisión, de 1 de agosto de 2006, por la que se establecen disposiciones de aplicación de la Directiva 2005/60/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo relativo a la definición de “personas del medio político” y los criterios técnicos aplicables en los procedimientos simplificados de diligencia debida con respecto al cliente, así como en lo que atañe a la exención por razones de actividad financiera ocasional o muy limitada.
- Directiva UE 2015/849 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 2015, relativa a la prevención de la utilización del sistema financiero para el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo y por la que se modifica el Reglamento de la UE nº 648/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan las Directivas 2005/60/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 2005 y la 2006/70/CE de la Comisión de 1 de agosto de 2006.
- Recomendaciones Grupo Acción Financiera Internacional (GAFI):
- 9 recomendaciones especiales sobre financiación del terrorismo (2001 y 2004).
- 40 recomendaciones orientadas a mejorar los sistemas nacionales contra el blanqueo de capitales (emitidas en 1990 y revisadas en febrero de 2012).
- Reglamento CE nº 1889/2005 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 2005, relativo a los controles de la entrada y salida de dinero efectivo de la comunidad.
- • Reglamento CE nº 1781/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, que entró en vigor el 1 de enero de 2007, relativo a la información sobre los ordenantes que acompañan transferencias de fondos.z

GUÍA DOCENTE	
Año académico	2018-2019
Estudio	Máster en Comercio Internacional (EN19)
Nombre de la asignatura	MEMORIA DE FIN DE MÁSTER
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6 ECTS
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/> Presencial
	<input type="checkbox"/> Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/> On-line
Profesor responsable	ALEJANDRO PÉREZ KOHLER
Idioma en el que se imparte	Español

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)	
Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	42
Número de horas de trabajo personal del estudiante	108
Total horas	150

CONTENIDOS (Temario)
Redacción, bajo la supervisión de un tutor, de una memoria que relacione lo estudiado durante el Máster con el contexto profesional / social del alumno.

EVALUACIÓN
La asignatura es evaluada por el tutor responsable y el coordinador del Máster a través del grado de consecución de los objetivos marcados.

BIBLIOGRAFÍA