

DADES GENERALS

Curs acadèmic

Tipus de curs	Màster Propi
Nombre de crèdits	60,00 Crèdits ECTS
Matrícula	1.400 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	Llicenciatura, enginyeria, mestria
Modalitat	Semipresencial
Lloc d'impartició	Universidad de Apec Santo Domingo y On-Line
Horari	Semipresencial, les classes presencials s'imparten en la República Dominicana i la resta es en línia,

Direcció

Organitzador	Institut Interuniversitari d'Economia Internacional
Col·laborador	Universidad APEC
Direcció	Vicente Juan Pallardó López Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Estructura Econòmica (Economia Aplicada II). Universitat de València María Haydee Calderón García Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Terminis

Preinscripció al curs	Fins a 12/12/2016
Data inici	Gener 2017
Data fi	Desembre 2017

Més informació

Telèfon	961 603 000
E-mail	informacio@adeituv.es

PROGRAMA

1. Globalización y competitividad internacional
2. Selección de mercados y modalidades de entrada,
3. Procesos de internacionalización
4. Estructuras organizativas internacionales
5. Enfoques de competencia internacional
6. Gestión de expatriados

Parte I: Entorno global de los negocios

1. La empresa frente a la globalización de la economía
2. Diferencias culturales entre países

Parte II: Empresa y negocios en el mundo

3. Empresa y negocios en Europa
4. Empresa y negocios en Norte América
5. Empresa y negocios en América Latina
6. Empresa y negocios en Asia
7. Empresa y negocios en África

Parte III: La empresa y las prácticas interculturales

- Tema 8. Negociación intercultural
Tema 9: Gestión de los procesos de expatriación

I. LA DECISION DE INTERNACIONALIZACION
TEMA 1 EL ALCANCE DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING
INTERNACIONAL
II SELECCIÓN DE MERCADOS
Tema 2 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE MERCADOS I
Tema 3 ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE MERCADOS II
III COMO ENTRAR EN LOS MERCADOS EXTERIORES
Tema 4 FORMAS DE ENTRADA EN LOS MERCADOS
EXTERIORES
IV EL MARKETING MIX
Tema 5 DECISIONES SOBRE EL PRODUCTO INTERNACIONAL
Tema 6 DECISIONES SOBRE EL PRECIO EN LOS MERCADOS
INTERNACIONALES
Tema 7 DECISIONES SOBRE LA DISTRIBUCION
INTERNACIONAL
Tema 8 DECISIONES SOBRE LA COMUNICACION
INTERNACIONAL
V PLANIFICACIÓN Y CONTROL
Tema 9 ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL PROGRAMA DE
MARKETING INTERNACIONAL

Tema 1: INTRODUCCIÓN GENERAL
1.1. Panorámica de la actual economía internacional.
1.2. Una perspectiva global de la Gran Recesión.
Tema 2: INTRODUCCIÓN A LA COYUNTURA ECONÓMICA Y
ELEMENTOS BÁSICOS PARA SU ANÁLISIS
2.1. Breves notas sobre fuentes estadísticas, informes de referencia
a instituciones de previsión económica.
2.2. Los datos y sus problemas.
2.3. Algunos elementos básicos para el análisis de la coyuntura
económica:
Tema 3: CONCEPTOS TEÓRICOS FUNDAMENTALES
3.1. El crecimiento económico, sus fuentes, y los fundamentos de las
disparidades internacionales (OCDE) en los niveles de renta per
capita.
3.2. Equilibrios macroeconómicos básicos y sus implicaciones:
equilibrio exterior y equilibrio del sector público.
3.3. Principales cambios estructurales en la actual economía
mundial.
Tema 4: LOS PRECIOS INTERNACIONALES DE REFERENCIA
4.1. Los tipos de cambio
4.2. Los tipos de interés
4.3. Los ratings crediticios y las agencias de calificación: el precio de
la credibilidad.
4.4. Los mercados de materias primas energéticas, industriales y
agrícolas

1. INTRODUCCIÓN: ASPECTOS BÁSICOS DE LA
CADENA LOGÍSTICA
2. MODALIDADES Y AGENTES INTERVINIENTES EN
EL CIRCUITO DEL TRANSPORTE
3. POLÍTICA COMÚN DE TRANSPORTE Y ELECCIÓN
MODAL
4. TRANSPORTE MARÍTIMO INTERNACIONAL
5. LOGÍSTICA FERROVIARIA
6. PLATAFORMAS LOGÍSTICAS
7. LOGÍSTICA DE LA DISTRIBUCIÓN
INTERNACIONAL
8. INCOTERMS 2000 Y FLUJO DOCUMENTAL
9. COSTES DE TRANSPORTE Y COMPETITIVIDAD

1. CUESTIONES PREVIAS DEL DERECHO DEL
COMERCIO INTERNACIONAL
2. DERECHO DE LA COMPETENCIA.
3. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL:
RÉGIMEN GENERAL.
4. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL.
COMPRVENTA DE MERCADERÍAS.
5. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL.
INCOTERMS 2010.
6. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL.

CONTRATOS DE TRANSPORTE MARÍTIMO.
7. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN EL
COMERCIO INTERNACIONAL: LA COMPETENCIA
JUDICIAL INTERNACIONAL.
8. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN EL
COMERCIO INTERNACIONAL: EL ARBITRAJE
COMERCIAL INTERNACIONAL.

Tema 1. Finanzas internacionales.
Tema 2. Inserción internacional de la República Dominicana: acuerdos comerciales, acuerdos de inversión y programas de cooperación y desarrollo internacionales.
Tema 3. Elementos de la legislación y la regulación dominicanas de aplicación a las relaciones económicas internacionales.
Tema 4. Metodología de la investigación económica y empresarial.
Tema 5. Aspectos críticos de una formación adaptada al nuevo contexto internacional:
· Ética y responsabilidad social
· Gerencia y liderazgo
· Negociación internacional

El alumno con el Trabajo Fin de Máster, debe conseguir profundizar conocimientos adquiridos durante el máster, planteando una aplicación práctica del tema que previamente haya acordado con su tutor.

PROFESSORAT

Acelis Ramona Angeles Vargas

Universidad Nacional APEC

María Haydee Calderón García

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Dalma Cruz Mirabal

Profesor/a. Universidad Nacional APEC

Carlos Aurelio Esplugues Mota

Catedrático/a de Universidad. Departament de Dret Internacional "Adolfo Miaja de la Muela". Universitat de València

María Concepcion Feo Valero

Profesor/a Ayudante de Universidad. Universitat Jaume I

Fidel León Darder

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València

Vicente Juan Pallardó López

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Estructura Econòmica (Economia Aplicada II). Universitat de València

José Pla Barber

Catedrático/a de Universidad. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València

OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

- * Tècnic- gestor- directiu de Comerç exterior d'empreses internacionalitzades o en procés d'internacionalització.
- * Especialista en Comerç exterior d'organismes i entitats de suport i foment de la internacionalització
- * Tècnic- gestor- directiu d'entitats supranacionals.
- * Tècnic- gestor- directiu d'entitats de cooperació internacional.

Les ensenyances pròpies de la internacionalització estan estretament relacionades amb l'àmbit professional. Per mitjà del present curs es pretén l'aprofundiment en el desenvolupament de les competències necessàries per als eixits orientats a estes responsabilitats directives, abordant àrees específiques que complementaran la seua formació i ho capacitaran per a desenvolupar les funcions pròpies de la direcció i gestió d'empreses internacionals i la direcció comercial de les mateixes, així

com l'assumpció de posicions rellevants en els organismes nacionals i supranacionals vinculats al desenvolupament del comerç internacional.

El curs permet gestionar de forma eficient la cadena de valor d'un producte o servei d'una empresa internacionalitzada des de l'abastiment fins que el producte arriba a les mans del consumidor final, passant per la producció i contemplant efectes de millora de la competitivitat com la innovació, tenint en compte la conjuntura internacional.

La situació cada vegada més competitiva de les empreses que actuen en els mercats internacionals, unit a l'alt nivell d'exigència del consumidor i a les seues particularitats culturals, requereixen uns coneixements del mercat, dels sistemes logístics i del comportament del consumidor que els permeta desenvolupar una estratègia competitiva. El programa d'Internacionalització de l'Empresa capacita al graduat tant per a dissenyar i realitzar les dites investigacions i obtindre dels resultats la informació necessària per a la presa de decisions; com per a elaborar i implementar estratègies destinades als mercats exteriors de manera que afavorisca l'augment de competitivitat internacional que requereixen les empreses dominicanes.