

DATOS GENERALES

Curso académico

Tipo de curso	Master Propio
Número de créditos	60,00 Créditos ECTS
Matrícula	1.400 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Licenciatura, ingeniería, maestría
Modalidad	Semipresencial
Lugar de impartición	Universidad de Apec Santo Domingo y On-Line
Horario	Semipresencial, las clases presenciales se imparten en la República Dominicana y, el resto es on line

Dirección

Organizador	Institut Interuniversitari d'Economia Internacional
Colaborador	Universidad APEC
Dirección	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

Plazos

Preinscripción al curso	Hasta 12/12/2016
Fecha inicio	Enero 2017
Fecha fin	Diciembre 2017

Más información

Teléfono	961 603 000
E-mail	informacion@adeituv.es

PROGRAMA

Práctica Externas

Management Internacional (Estrategia de empresas

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

Management Internacional (Management Intercultural

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

Marketing Internacional

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

Coyuntura Económica 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

Logística

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

Derecho Internacional

1. CUESTIONES PREVIAS DEL DERECHO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

2. DERECHO DE LA COMPETENCIA.

3. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL: RÉGIMEN GENERAL.

4. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL. COMPRAVENTA 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.

La República Dominicana en el contexto Internacional del Siglo XXI

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

TRABAJO FIN DE MÁSTER

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.

PROFESORADO

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

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

- * Técnico- gestor- directivo de Comercio exterior de empresas internacionalizadas o en proceso de internacionalización.
- * Especialista en Comercio exterior de organismos y entidades de apoyo y fomento de la internacionalización
- * Técnico- gestor- directivo en transporte y logística internacional
- * Técnico-gestor-directivo de entidades supranacionales.
- * Técnico-gestor-directivo de entidades de cooperación internacional.

Las enseñanzas propias de la internacionalización están estrechamente relacionadas con el ámbito profesional. Mediante el

presente curso se pretende la profundización en el desarrollo de las competencias necesarias para los egresados orientados a estas responsabilidades directivas, abordando áreas específicas que complementarán su formación y lo capacitarán para desarrollar las funciones propias de la dirección y gestión de empresas internacionales y la dirección comercial de las mismas, así como la asunción de posiciones relevantes en los organismos nacionales y supranacionales vinculados al desarrollo del comercio internacional.

El curso permite gestionar de forma eficiente la cadena de valor de un producto o servicio de una empresa internacionalizada desde el abastecimiento hasta que el producto llega a manos del consumidor final, pasando por la producción y contemplando efectos de mejora de la competitividad como la innovación, teniendo en cuenta la coyuntura internacional.

La situación cada vez más competitiva de las empresas que actúan en los mercados internacionales, unido al alto nivel de exigencia del consumidor y a sus particularidades culturales, requieren unos conocimientos del mercado, de los sistemas logísticos y del comportamiento del consumidor que les permita desarrollar una estrategia competitiva. El programa de Internacionalización de la Empresa capacita al graduado tanto para diseñar y realizar dichas investigaciones y obtener de los resultados la información necesaria para la toma de decisiones; como para elaborar e implementar estrategias destinadas a los mercados exteriores de manera que favorezca el aumento de competitividad internacional que requieren las empresas dominicanas.

METODOLOGÍA

El 60% de la docencia se realizará de manera presencial en la Universidad APEC (RD) y el 40% a través de plataforma virtual