

Máster en Negocios Globales y Comercio Internacional + Titulación universitaria



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Negocios Globales y Comercio Internacional + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Negocios Globales y Comercio Internacional con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Gestión en el Ámbito Internacional con 5 Créditos Universitarios ECTS con 125 horas



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)

Descripción

El Máster en Negocios Globales y Comercio Internacional es tu puerta hacia el futuro en un mundo cada vez más interconectado. En la actualidad, las empresas buscan profesionales capaces de navegar en el complejo entramado del comercio internacional y las relaciones globales. Este máster te dota de habilidades esenciales en comunicación empresarial, negociación y liderazgo, fundamentales para destacar en un entorno competitivo. Además, aprenderás a manejar estrategias de marketing relacional y el uso eficaz de las redes sociales en atención al cliente, posicionándote como un experto en fidelización de clientes y generación de leads. La formación en derecho internacional y protocolo diplomático te preparará para interactuar eficazmente en el ámbito global, mientras que el enfoque en comercio electrónico y licitaciones internacionales te permitirá aprovechar oportunidades de crecimiento en mercados emergentes. Con el auge del comercio internacional, este máster te ofrece las herramientas y el conocimiento necesarios para sobresalir y liderar con éxito en el dinámico mundo de los negocios globales.

Objetivos

- Desarrollar habilidades avanzadas en comunicación interna y externa.
- Aplicar técnicas efectivas de negociación empresarial en contextos globales.
- Implementar estrategias de fidelización de clientes en entornos digitales.
- Analizar métricas y segmentación en marketing relacional.
- Gestionar la atención al cliente en plataformas de social media.
- Interpretar el derecho y tratados en el comercio internacional.
- Elaborar planes de marketing internacional adaptados a diferentes mercados.

Para qué te prepara

El Máster en Negocios Globales y Comercio Internacional está dirigido a profesionales del sector empresarial y titulados universitarios que buscan profundizar en áreas clave como la comunicación interna y externa, el marketing relacional y las relaciones internacionales. Este máster es ideal para aquellos interesados en estrategias avanzadas de negociación, comercio exterior y protocolo diplomático.

A quién va dirigido

Al completar el Máster en Negocios Globales y Comercio Internacional, estarás capacitado para afrontar desafíos en entornos empresariales multiculturales. Desarrollarás habilidades en comunicación empresarial, negociación y liderazgo, esenciales para gestionar relaciones internacionales y maximizar oportunidades de comercio exterior. Aprenderás a implementar estrategias de marketing relacional y electrónico, optimizando la fidelización del cliente y la gestión de redes sociales. Además, adquirirás conocimientos sobre el protocolo diplomático y la contratación internacional, permitiéndote navegar con éxito en mercados globales.

Salidas laborales

- Gerente de comercio internacional - Consultor en relaciones internacionales - Director de marketing global - Especialista en protocolo diplomático - Analista de riesgos en comercio exterior - Responsable de licitaciones internacionales - Asesor en negociación internacional - Coordinador de proyectos de exportación - Director de relaciones públicas internacionales

TEMARIO

PARTE 1. RELACIONES PÚBLICAS

MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación
2. Elementos y características de la comunicación
3. Teorías comunicativas según el contexto
4. Obstáculos comunicativos
5. Tipologías comunicativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Habilidades de la conversación
2. Proceso de escucha
3. Importancia de la empatía en la comunicación
4. Reformulación de comunicaciones
5. Cómo lograr la aceptación incondicional
6. La habilidad de personalizar
7. La confrontación en la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa
2. Proceso y elementos de la comunicación
3. La calidad de las comunicaciones empresariales
4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
5. Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. PCI o políticas de comunicación integral
2. Formación en comunicación de los directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

1. Introducción al proceso directivo
2. Características y teorías de liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

1. Conceptualización de motivación laboral
2. Características y teorías de la motivación laboral

3. Liderazgo y motivación
4. Logro de satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales
4. Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

MÓDULO 2. MARKETING RELACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA Y RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 18. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional

3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

1. Introducción
2. Escucha activa
3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
4. Información de la Fanpage
5. Gestión de Comentarios
6. Reseñas o valoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización
7. Gestión de comentarios
8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Instagram Direct
4. Gestión de comentarios
5. Herramientas de Análisis y monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 22. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

MÓDULO 4. RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETES DE PRENSA

UNIDAD DIDÁCTICA 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas

4. Análisis de los públicos
5. El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social
6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Introducción y planteamiento general
2. Consideraciones preliminares
3. La personalización de las relaciones con la prensa
4. Negociación de las partidas y noticiabilidad
5. Gestión y coordinación
6. Desarrollo del trabajo del gabinete

PARTE 2. RELACIONES INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA GEOGRAFÍA POLÍTICA. FUNDAMENTOS

1. Factores de la Geografía Política
2. Relación espacial de la geografía política

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PODER Y EL TERRITORIO EN EL MARCO DE LA GEOPOLÍTICA

1. Poder y relaciones de poder
2. Relaciones de poder en el Territorio
3. La articulación política de la sociedad y su relación con el espacio geográfico
4. La geografía política como relaciones de poder en el espacio
5. Geografía política y geopolítica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PENSAMIENTO GEOESTRATÉGICO Y EL ANÁLISIS GEOPOLÍTICO

1. Introducción a la geopolítica global
2. Hacia un mundo multipolar
3. Origen y concepto de geopolítica
4. Amenazas y Desafíos para el mundo actual
5. Elementos básicos de la Geopolítica
6. Técnicas de análisis espacial
7. Geopolítica y calidad de vida

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES INTERNACIONALES

1. Las relaciones internacionales. Definición y otros aspectos
2. La Globalización
3. Relaciones exteriores de España: Cooperación para el desarrollo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPALES TEORÍAS DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES

1. Principales Teorías

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL SISTEMA INTERNACIONAL Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES EN LA ACTUALIDAD

1. Concepto
2. El sistema internacional. Introducción
3. Estructura del sistema internacional actual
4. La civilización. El choque de civilizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OTROS ACTORES EN RELACIONES INTERNACIONALES. MULTINACIONALES Y ONGs

1. Los actores del Sistema Internacional
2. Las Multinacionales
3. Las ONGs

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESPAÑA EN EL CONTEXTO DEL SISTEMA INTERNACIONAL

1. España en el ámbito internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DERECHO INTERNACIONAL: EL ORDENAMIENTO JURÍDICO INTERNACIONAL

1. El Ordenamiento Jurídico Internacional. La sociedad internacional
2. Los principios básicos del Derecho Internacional
3. Los Sujetos de Derecho Internacional
4. Características del Derecho Internacional Público
5. Las Normas del Ordenamiento Jurídico Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FUENTES DEL DERECHO INTERNACIONAL: LOS TRATADOS INTERNACIONALES Y LA COSTUMBRE

1. La costumbre como fuente del derecho internacional
2. Los tratados internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción
2. Recorrido histórico
3. Ventajas del Comercio Internacional
4. Operaciones del Comercio Internacional
5. Elementos que componen el Comercio Internacional
6. Hitos históricos del comercio internacional
7. Influencias del comercio internacional en la sociedad

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción
2. El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
3. El empresario social

4. Las sociedades en España y en el extranjero
5. Cooperación y concentración entre sociedades
6. Incidencias en el derecho comunitario

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Las organizaciones internacionales
2. Los organismos especializados de las Naciones Unidas
3. Organizaciones Internacionales de ámbito regional

UNIDAD DIDÁCTICA 14. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR

1. Marco normativo general del comercio exterior en España
2. Influencias de las disposiciones de la Unión Europea
3. Política comercial multilateral

UNIDAD DIDÁCTICA 15. PROTOCOLO EN LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

1. La Unión Europea y su protocolo
2. ONU y su protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 16. MISIONES DIPLOMÁTICAS Y LA INSTITUCIÓN CONSULAR

1. Protocolo en las representaciones diplomáticas
2. La institución consular
3. Cartas credenciales

PARTE 3. PROTOCOLO DIPLOMÁTICO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTOCOLO Y DIPLOMACIA EN EL MUNDO

1. Glosario básico
2. Concepto de diplomacia y protocolo
 1. - Origen del protocolo
3. Actos públicos/Actos privados
4. Tipos de protocolo
 1. - Según la naturaleza de su función
 2. - Según el colectivo al que se dirige
 3. - Según los principales ámbitos de intervención
5. Usos sociales del protocolo
 1. - El sesgo cultural en el protocolo
 2. - Protocolo social
6. Protocolo internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁMBITOS DESTACADOS EN EL PROTOCOLO

1. Ámbito Universitario
 1. - Universidad y protocolo
 2. - Simbología y ceremonial universitarios

3. - Apertura de curso académico
 4. - Investidura de Doctores y toma de posesión de profesores
 5. - Investidura de Doctor Honoris Causa
 6. - Las precedencias en la Universidad
 7. - Presidencia en los Actos Universitarios
2. Los espectáculos públicos
 1. - Deporte y Protocolo
 2. - Organización de un evento deportivo
 3. - Entrega de premios a deportistas
 4. - Homenaje a un deportista
 5. - Concursos hípicas
 6. - Juegos Olímpicos
 7. - Espectáculos taurinos
3. Ámbito Judicial
 1. - Justicia y protocolo
 2. - Simbología judicial
 3. - Actos judiciales solemnes
 4. - Precedencia en otros actos
 5. - Actos gubernativos judiciales
4. Ámbito Militar
 1. - Las presentaciones y las visitas militares
 2. - Representación institucional de las Fuerzas Armadas
 3. - Los actos solemnes en los Ejércitos
 4. - Actos solemnes habituales
 5. - Entrega de despachos con asistencia del Rey
 6. - Entrega de diplomas con asistencia del Rey
 7. - Día de la policía con asistencia del Rey
5. Corporaciones Locales
 1. - Protocolo y vida local
 2. - Toma de posesión de presidente
 3. - Fiestas religiosas
 4. - Entrega de distinciones
 5. - Visitas de personalidades
 6. - Hermanamiento entre ciudades
6. Ámbito Empresarial
 7. Ámbito Social

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO DIPLOMÁTICO INTERNACIONAL

1. Protocolo diplomático
 1. - Origen del protocolo diplomático
2. Congreso de Viena
 1. - Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas y Relaciones Consulares
3. Importancia del protocolo diplomático internacional
4. Términos diplomáticos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TRATAMIENTOS, PRESENTACIONES, SALUDOS, PUNTUALIDAD Y VESTIMENTA

1. Las fórmulas de tratamiento

1. - Uso del tratamiento “usted”
2. - Uso de los tratamientos “don/doña” y “señor/señora”
3. - Uso del “tuteo”
2. Saludos y despedidas
 1. - Cómo se saluda
 2. - Estrechamiento de manos
 3. - El abrazo
 4. - El “beso social”
 5. - Beso en la mano
 6. - La reverencia
 7. - Las despedidas
3. Las presentaciones
4. La puntualidad
5. Indumentaria
 1. - El uniforme diplomático
 2. - Condecoraciones
 3. - Colocación de las condecoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REPRESENTACIONES DIPLOMÁTICAS. LAS MISIONES DIPLOMÁTICAS Y LA INSTITUCIÓN CONSULAR

1. Protocolo en las representaciones diplomáticas
2. Las misiones diplomáticas
 1. - Tipos de misiones diplomáticas
 2. - Funciones de la misión diplomática
3. La institución consular
 1. - La oficina consular
 2. - Miembros de la oficina consular. Categorías

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRESENTACIÓN DE CARTAS CREDENCIALES

1. Cartas credenciales
2. Recepción del nuevo embajador extranjero
 1. - Llegada del embajador
3. Copias de estilo
 1. - Momento de entrega de las copias de estilo
 2. - Presentadas las copias de estilo
4. Ceremonia de presentación de las cartas credenciales en el Palacio Real
5. Regreso a la residencia del Embajador y audiencia con Su Majestad la Reina
6. El papel de los medios de comunicación. Oficina de Información Diplomática

UNIDAD DIDÁCTICA 7. VISITAS DE ESTADO

1. Preparación de las visitas
2. Seguridad y relación con los medios de comunicación
3. Tipos de visitas de estado
 1. - Las visitas de Estado
 2. - Las visitas del Jefe de Gobierno a España
4. Ejemplo de visita de Estado de un Jefe de Estado extranjero a España

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROTOCOLO EN LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

1. La Unión Europea y su protocolo
 1. - Regalos
 2. - Particularidades
 3. - Ordenación de las banderas
 4. - Himno
2. Las Naciones Unidas y su protocolo
 1. - Origen de las Naciones Unidas
 2. - Propósitos y principios de las Naciones Unidas
 3. - Miembros de las Naciones Unidas
 4. - Importancia del protocolo
 5. - Protocolo a seguir en la apertura de la Asamblea General
 6. - Protocolo de los discursos
 7. - Protocolo de las visitas oficiales a la sede
 8. - Bandera y protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROTOCOLOS, REUNIONES Y CONFERENCIAS INTERNACIONALES

1. Principales conferencias y cumbres internacionales
2. Protocolo en Europa Occidental
 1. - Francia
 2. - Alemania
 3. - Bélgica
 4. - Suiza
3. Protocolo en América del Norte: Estados Unidos
4. Protocolo en países árabes: Arabia Saudí
5. Protocolo en Asia: Japón

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD Y PROTOCOLO

1. Seguridad
2. Solicitud de seguridad o protección
 1. - Seguridad para las propias embajadas
 2. - Seguridad para personalidades extranjeras
3. Agentes de seguridad
 1. - Agentes de seguridad acreditados
 2. - Agentes de seguridad de personalidades
4. Seguridad privada

PARTE 4. COMERCIO INTERNACIONAL

MÓDULO 1. COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción
2. Recorrido histórico
3. Ventajas del Comercio Internacional

4. Operaciones del Comercio Internacional
5. Elementos que componen el Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
2. El empresario social
3. Las sociedades en España y en el extranjero
4. Cooperación y concentración entre sociedades
5. Incidencias en el derecho comunitario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Las organizaciones internacionales
2. Los organismos especializados de las Naciones Unidas
3. Organizaciones Internacionales de ámbito regional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR

1. Marco normativo general del comercio exterior en España
2. Influencias de las disposiciones de la Unión Europea
3. Política comercial multilateral

MÓDULO 2. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

1. La contratación internacional
2. Los principios sobre los contratos internacionales
3. Concepto, elementos y clasificación del contrato internacional
4. Formación del contrato
5. Cumplimiento del contrato
6. Cláusulas contractuales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DETERMINACIÓN DEL RÉGIMEN JURÍDICO

1. Ley aplicable al contrato internacional
2. El Convenio de Roma de 1980 y el Reglamento de Roma I
3. La Ley reguladora del contrato internacional al amparo del Reglamento de Roma I
4. Acción de las normas imperativas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. La compraventa internacional
2. Libertades comunitarias: la libre circulación de mercancías
3. La Lex Mercatoria
4. La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional
5. Los INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BIENES INMATERIALES Y DERECHO DE LA COMPETENCIA

1. Propiedad industrial
2. Propiedad intelectual
3. Competencia desleal
4. Derecho de defensa de la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISTINTAS MODALIDADES DE CONTRATO

1. Contratos de intermediación comercial
2. El transporte internacional
3. Contratos de financiación
4. Contratos de seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

1. Introducción
2. Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago
3. El cheque
4. Transferencias bancarias
5. Orden de pago documentaria
6. Créditos documentarios
7. Remesa documentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 11. VÍAS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

1. Controversias en el ámbito del comercio internacional
2. Vías de jurisdicción estatal
3. El arbitraje internacional
4. Compatibilidad entre arbitraje y la vía judicial

MÓDULO 3. ANÁLISIS DE RIESGOS Y MEDIOS DE COBERTURA EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL MERCADO DE DIVISAS

1. Concepto y función del mercado de divisas.
2. Funcionamiento del mercado de divisas y operaciones más comunes.
3. Oferta.
4. Demanda.
5. Referencias normativas sobre operaciones de compraventa de divisas y transacciones con el exterior.
6. El tipo de cambio: Sistemas de fijación. Factores determinantes. Variaciones. Operaciones al contado. Operaciones a plazo.
7. El tipo de interés de la divisa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL RIESGO DE CAMBIO E INTERÉS EN OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU COBERTURA

1. El riesgo de cambio.

2. El Seguro de cambio: Concepto y características. Formación de los cambios. Coste o rendimiento del seguro de cambio.
3. Opciones sobre divisas: Concepto, características y aplicaciones.
4. Clases de opciones: Determinación del precio de una opción.
5. Futuros sobre divisas: Concepto, características y funcionamiento.
6. Otros instrumentos de cobertura: Cuentas en divisas. Otros.
7. El riesgo de interés. Cobertura: Futuros en tipos de interés. Swaps de tipos de interés. Otros elementos de cobertura: Caps, Floors, etc.
8. Utilización de herramientas informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos de cambio e interés:
9. Búsqueda de información: Internet.
10. Aplicaciones informáticas sobre operaciones con divisas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OTROS RIESGOS EN OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU COBERTURA

1. Tipos de riesgo: Riesgo comercial. Riesgo político. Riesgo extraordinario. Otros riesgos.
2. Seguro de crédito a la exportación: Concepto y características generales. Riesgos susceptibles de cobertura.
3. Contratación del seguro: sujetos que intervienen y obligaciones de las partes.
4. Compañías que operan en el mercado del Seguro de Crédito a la exportación: CESCE. Otras compañías.
5. Modalidades de las pólizas y coberturas.
6. Normativa aplicable: normativa general de la actividad aseguradora. Normativa del seguro de crédito a la exportación.
7. Factoring como instrumento de cobertura de riesgos:
8. Características y funcionamiento.
9. Tipos de riesgos que cubre el factoring internacional.
10. Diferencias con el seguro de crédito a la exportación.
11. Forfaiting como instrumento de cobertura de riesgos:
12. Características y funcionamiento.
13. Tipos de riesgos que cubre el forfaiting internacional.
14. Diferencias con el factoring.
15. Aplicaciones informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos.

PARTE 5. MARKETING Y ESTRATEGIA EN INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Marketing
3. El proceso de Marketing
4. El mercado y los consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

1. Herramientas de Marketing Mix
2. Herramientas de comunicación de Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PÁGINA WEB

1. Marketing en nuestra página web

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

1. Introducción: El comercio electrónico
2. Definición de comercio electrónico
3. Principales usos del comercio electrónico
4. Participantes en el comercio electrónico
5. Tipos de comercio electrónico
6. Grupos de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Ventajas del comercio electrónico
2. Inconvenientes del comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN DE UNA ACTIVIDAD DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Actividades comerciales en Internet

PARTE 6. PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
2. Análisis de la situación
3. Diagnóstico: análisis DAFO
4. Establecimiento de los objetivos de marketing
5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de acción de marketing
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
3. El control del plan de marketing
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing
2. Determinación de los objetivos de briefing
3. La elección de la estructura del briefing
4. Como realizar un briefing
5. La presentación del briefing

PARTE 7. LICITACIONES INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCURSOS Y PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Organismos Multilaterales e Instituciones Financieras Multilaterales.
2. Tipos de licitaciones
3. Principios de la licitación pública internacional.
4. Beneficios de la participación en licitaciones.
5. Licitaciones para contratos de
6. Relación jurídica entre licitador, entidad financiera y organismo financiador.
7. Fuentes de información sobre licitaciones internacionales.
8. Garantías exigidas en los procesos de licitación y ejecución de los proyectos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Detección y localización de licitaciones de interés.
2. Valoración de la licitación.
3. Estrategia de preparación de la propuesta.
4. Estudio de viabilidad de la propuesta técnica y la propuesta financiera.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE OFERTAS A PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL

1. Pliego de condiciones: documentación y requisitos habituales.
2. Preparación de la documentación del concurso.
3. Seguimiento de las ofertas consolidadas

