

**Gestión Operativa Internacional de la  
Empresa 26ª Edición**



## **CURSO ONLINE EN GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA – 26ª EDICIÓN**

### **1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS**

La mayor integración de las empresas españolas en la economía global es esencial para conseguir crecer de forma sostenida en el tiempo y alcanzar los niveles de competitividad que los mercados internacionales demandan.

Con el objetivo de ayudar a las empresas en este proceso y potenciar su capacidad exportadora e inversora, ICEX España Exportación e Inversiones pone en marcha una nueva edición del programa de formación en **Gestión Operativa Internacional de la Empresa**.



- ▶ Aproximación al proceso de reflexión estratégica en la toma de decisiones para la internacionalización de la empresa, ya sea en su salida o en su consolidación exterior.
- ▶ Proporcionar una visión integral y práctica de aspectos fundamentales de la operativa internacional de la empresa: selección de mercados, preparación de ofertas, adaptaciones necesarias del producto/servicio, determinación de precios, Incoterms y transporte, financiación de las operaciones, trámites y documentos, apoyos institucionales ...

### **2. DESTINATARIOS**

El curso va destinado a profesionales que desempeñen tareas relacionadas con el ámbito internacional en el seno de sus empresas y/o instituciones (áreas comercial, logística, financiera), así como a aquellos que se planteen la internacionalización de su empresa.

### **3. RESULTADOS ESPERADOS**

- ▶ Fortalecimiento del cuadro de profesionales de las PYMES en el conocimiento de la gestión del negocio internacional.
- ▶ Conocer la fase de reflexión estratégica de internacionalización, con enfoque en procesos, cadena de valor y mentalidad global.
- ▶ Conocer posibilidades de solución para problemas operativos del día a día de las empresas.

- Reforzar y sistematizar el conocimiento sobre apoyos institucionales a la internacionalización.
- Incrementar el uso de herramientas online que ayuden en estos procesos.

#### 4. METODOLOGÍA

- El curso, con una duración total de 9 semanas, se imparte bajo metodología online.
- Basado en el uso de herramientas online que facilitan el acceso a la información precisa, tanto en los procesos de decisión estratégica como operativa. Los alumnos trabajarán con la herramienta “**Pasaporte al Exterior**” a través del portal ICEX ([www.icex.es](http://www.icex.es)), de carácter gratuito y que requiere registro previo por parte del alumno.
- El aprendizaje se realiza sobre casos reales de internacionalización, desarrollados específicamente para el curso, sobre los que versarán las distintas actividades planteadas en los diferentes módulos.
- El alumno dispone de un plan de trabajo semanal, en el que se recogen las diferentes actividades a realizar y cuenta con un tutor online experto en cada una de las áreas del curso, que le ayudará y asesorará en su proceso de aprendizaje, trabajo y reflexión.

Los cursos que se diseñan e imparten en el Campus Virtual se basan en **un modelo tutorial muy próximo al alumno**, lo que permite una interacción permanente entre los participantes y el profesor.

La enseñanza-aprendizaje está centrada en el alumno y el grupo. El intercambio de información entre profesor y alumnos es constante, permitiendo que el conocimiento se construya no sólo a partir de los contenidos teóricos, sino de la interacción del alumno con el experto-tutor y con el resto de los alumnos participantes.

El **número de alumnos oscila entre 25 y 30 por curso**, lo que garantiza una docencia cercana al alumno.

La extensión de los cursos varía en función de su contenido, si bien **la unidad de tiempo es la semana**.

Los contenidos se organizan en **módulos** con una duración semanal. Cada módulo se inicia con un **plan de actividades** que indica las tareas a realizar cada semana y el tiempo disponible para cada una de ellas. El alumno, además de la lectura comprensiva de la documentación, debe realizar las actividades propuestas. Entre ellas, se plantean ejercicios prácticos de diversos tipos, tanto de carácter individual o en grupo, que son tutorizados por el profesor, así como ejercicios de autoevaluación. Además, es habitual la celebración de foros de discusión o debate y *web-conferences* sobre un tema planteado por el profesor.

El desarrollo de los módulos está diseñado con una **planificación semanal, de lunes a viernes**, dejando el fin de semana para que el alumno pueda recuperar cualquier retraso acumulado. La dedicación estimada de estudio de materiales y realización de actividades y ejercicios planteados para cada uno de los módulos es de **12-15 horas semanales**. El alumno cuenta además con 2 semanas de recuperación, una a mitad de curso y otra al final, que podrá dedicar a realizar y

entregar las actividades que hubiesen quedado pendientes durante las semanas anteriores.

Una vez finalizado el módulo, el alumno es evaluado por su tutor que tiene en cuenta la participación en las distintas actividades programadas. Además, se realiza una evaluación final del alumno por parte de todo el claustro de tutores al terminar el curso. El alumno recibe siempre información del resultado de esta evaluación. Concluido el curso, se notifica si se ha superado el mismo y se emite el diploma correspondiente.

## 5. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

| <b>CURSO ONLINE EN GESTIÓN OPERATIVA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA – 26ª EDICIÓN</b>   |                           |                          |
|--|---------------------------|--------------------------|
| <b>MODULOS Y CONTENIDOS</b>  | <b>Duración (semanas)</b> | <b>Fechas</b>            |
| Acto de presentación del curso - Introducción al entorno de aprendizaje on-line  |                           | 14 marzo                 |
| <b>MODULO 0: Formación en herramientas e-learning - Campus Virtual</b>   | 1                         | 13 - 19 marzo            |
| <b>Módulo 1: Visión estratégica del negocio internacional</b>  | 1                         | 20 - 26 marzo            |
| <b>Módulo 2: Identificación de oportunidades de negocio. Localización de clientes</b>  | 1                         | 27 mar - 2 abr           |
| <b>Semana Santa</b>  |                           | <b>3 - 9 abril</b>       |
| <b>Módulo 3: Definición de la oferta internacional. Adaptaciones del producto/servicio. Normalización, certificación, homologación</b>                         | 1                         | 10 -16 abril             |
| <b>Módulo 4: Negociación y Contratación internacional</b>  | 1                         | 17 - 23 abril            |
| <b>Semana de recuperación</b>  |                           | <b>24 - 30 abril</b>     |
| <b>Módulo 5: Incoterms. Documentos de las operaciones Internacionales. Determinación del precio de exportación.</b>  | 1                         | 1 – 7 mayo               |
| <b>Módulo 6: Aspectos financieros del comercio internacional. Medios de pago y financiación de operaciones. Riesgos y cobertura de riesgos internacionales</b> | 1                         | 8 - 14 mayo              |
| <b>Módulo 7: El plan operativo de internacionalización</b>   | 1                         | 15 - 21 mayo             |
| <b>Módulo 8: Apoyos a la internacionalización</b>  | 1                         | 22 -28 mayo              |
| <b>Semana de recuperación</b>  |                           | <b>29 mayo – 4 junio</b> |
| <b>Total duración lectiva del Programa online</b>  | 9 sem                     |                          |

## 6. CARACTERÍSTICAS DE LOS MÓDULOS

El alumno encontrará al inicio de cada módulo un capítulo 0 con información detallada sobre sus objetivos, alcance, actividades y evaluación. No obstante, a continuación, se describe de una manera general cada uno de ellos.

### 6.1 SESIÓN PRESENCIAL: PRESENTACIÓN DEL CURSO

El curso se inicia con un acto de presentación presencial y online por videoconferencia, con el siguiente esquema:

- Presentación del curso
- Presentación de la metodología del curso.
- Presentación de la plataforma y el campus virtual. Introducción al entorno de aprendizaje online.

En esta sesión, ICEX presentará la herramienta online “Pasaporte al Exterior”, sobre la que se apoyan los distintos módulos del curso.

**Pasaporte al Exterior** es una herramienta de gestión, formación e información creada por ICEX para las empresas españolas que desean introducirse o consolidarse en los mercados internacionales.

Su utilidad radica tanto en su estructura como en contenido, al tiempo que ayuda a la planificación estratégica en la empresa, siendo importante destacar, además, su doble carácter integral e innovador:

- De un lado integra, de forma concisa, con un enfoque de procesos, toda la temática del proceso de internacionalización.
- Por otro lado, su principal valor añadido y carácter innovador reside en los denominados Instrumentos de Gestión, que proporcionan soluciones a los responsables de la internacionalización de la empresa, incrementando tanto su capacidad de reflexión estratégica como su capacidad de ejecución operativa diaria.



Al finalizar la sesión, se espera que cada alumno haya conseguido los siguientes objetivos:

- Conocer la estructura y funcionalidades de *Pasaporte al Exterior*
- Conocer los aspectos esenciales de la herramienta como base para un posterior manejo completo, especialmente alguno de los instrumentos de Gestión que conforman la parte más innovadora de la herramienta.
- Saber que Pasaporte le ayuda a:
  - Realizar la reflexión estratégica del proceso de salida al exterior o consolidación, y estructurarla en un esbozo de Plan Estratégico de Internacionalización.
  - Conocer las claves de la operativa diaria de la internacionalización de

la empresa: conocer ofertas de transporte, seguros, financiación, elaborar ofertas y contratos, simular precios de exportación e interactuar con la administración española desde la empresa en tiempo real.

→ Acceder a los programas y líneas de apoyo a la internacionalización de los que dispone la empresa española.

- ▶ Conocer la estructura del Campus Virtual sobre la que se desarrollará el curso

## 6.2 MÓDULO 0: FORMACIÓN EN HERRAMIENTAS E-LEARNING – CAMPUS VIRTUAL

El objetivo de este módulo es el entrenamiento del alumno con las herramientas y funcionalidades del Campus Virtual. Realizará, con el **apoyo tutorial y técnico del Equipo Técnico-Pedagógico**, una serie de actividades que le permitirá conocer el entorno de trabajo en el que se desarrollará el curso.

El Campus Virtuales el resultado de la aplicación de las nuevas tecnologías de la información al sistema de enseñanza del centro. Su finalidad es crear un espacio de intercomunicación permanente entre la institución, prescindiendo de limitaciones geográficas y temporales, y facilitando el acceso a nuestros programas en cualquier momento y lugar.



### Objetivos

- ▶ Orientar sobre cómo desarrollar el aprendizaje en una modalidad online
- ▶ Familiarizarse con el entorno del CV
- ▶ Realizar una “prueba y ensayo” antes de iniciar el curso

### Contenido:

- ▶ El Campus virtual. Pautas para el estudio online.
- ▶ Requerimientos Técnicos.
- ▶ Acceso y tiempo de conexión.
- ▶ Estructura del CV.
- ▶ Herramientas generales: calendario, usuarios en línea, correo interno, subidas de tareas e informes, ejercicios de autoevaluación, calificaciones, etc.
- ▶ Colaboración: Foros, Chat, web-conference.
- ▶ Contenidos didácticos de los módulos online.
- ▶ Encuestas.

## 6.3 MÓDULO 1: VISIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO INTERNACIONAL

Los objetivos que se pretenden alcanzar con este Módulo son:

- ▶ Explicar la forma de aplicación del proceso de reflexión estratégica al proceso de internacionalización de la empresa.

- Que el alumno se familiarice, de forma suficiente, con el esquema de un proceso de reflexión estratégica.
- Que el alumno aprenda a manejar los aspectos esenciales del proceso de reflexión estratégica como base para un posterior manejo más completo.
- Que el alumno realice ejercicios prácticos con alguno de los Instrumentos de Gestión que aparecen contenidos en el Temario del Módulo.

Para el entrenamiento, el alumno deberá acceder a la herramienta de Pasaporte al Exterior y seguir las pautas de lectura de los epígrafes relativos al proceso de reflexión estratégica y resolver los casos prácticos que se indican en el plan de actividades.

#### Contenido:

- Desarrollo de la Estrategia de Internacionalización.
- Análisis de la empresa: Análisis de la cartera de productos/servicios.
- Análisis y elección del mercado: Análisis del entorno global, análisis del mercado del sector de actividad, identificación, preselección y elección de mercados potenciales.
- Formas de acceso a mercados internacionales en economía globalizada.
- Diagnóstico y Generación de ideas estratégicas y escenarios de futuro.
- Definición de misión, visión, valores, objetivos y estrategias de internacionalización.
- Plan estratégico de internacionalización.

### **6.4 MÓDULO 2: IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO. LOCALIZACIÓN DE CLIENTES.**

Los objetivos que se pretenden alcanzar con este Módulo son:

- Conocer las distintas alternativas que tienen las empresas, especialmente las Pymes, para acceder a mercados exteriores.
- Diferenciar claramente entre las formas de entrada a través de la exportación y aquellas otras que requieren implantación en el exterior.
- Comprender las diferencias entre exportar a través de agentes o hacerlo mediante distribuidores, que constituyen dos de las formas de entrada para las empresas que se inician en la exportación.
- Conocer los tipos de acuerdos de cooperación y alianzas estratégicas para la internacionalización de la empresa.
- Saber localizar clientes potenciales en mercados internacionales, especialmente a través de Internet.
- Conocer cómo se prepara un viaje de prospección comercial internacional y cuáles son las instituciones que organizan y financian, parcialmente, este tipo de viajes.
- Detectar oportunidades de venta a través de los principales mercados virtuales, tanto horizontales como verticales.
- Conocer los tipos de licitaciones internacionales que existen y las principales fuentes de información sobre ellas.

Para el entrenamiento, el alumno deberá acceder a la herramienta de Pasaporte al Exterior y seguir las pautas de lectura de los epígrafes señalados. Paralelamente deberá realizar las autoevaluaciones y resolver los casos prácticos preparados, enviando sus resultados al tutor del módulo.

#### Contenido:

- Modalidades de Exportación (Directa e Indirecta)
- Acuerdos de Cooperación e Implantación
- Proceso de Selección de Distribuidores
- Mercados Virtuales horizontales y verticales
- Licitaciones Internacionales.
- Caso BOJ: Alternativa de formas de acceso, establecimiento de filial, preparación de un viaje comercial internacional, posicionamiento en mercados virtuales, búsqueda de clientes internacionales y licitaciones.

### **6.5 MÓDULO 3: DEFINICIÓN DE LA OFERTA INTERNACIONAL. ADAPTACIONES DEL PRODUCTO/SERVICIO. NORMALIZACIÓN, CERTIFICACIÓN, HOMOLOGACIÓN**

El objetivo que persigue este módulo tras su realización es que el alumno:

- Tenga una visión global de los mecanismos de la oferta internacional
- Entienda la necesidad y criterios para adaptar los productos o servicios a los nuevos mercados internacionales.
- Conozca funcionamiento de los sistemas de certificación, homologación y normalización. Y su papel en el comercio internacional.

#### Contenido:

- Preparación de ofertas para los contratos de compraventa internacional. Términos de las ofertas.
- Formas de adaptación de productos y servicios a los mercados. Criterios y mecanismos de aplicación.
- Procesos de certificación, homologación y normalización como sistemas de mejora de competitividad de los productos y su calidad. Barreras comerciales en determinados países.
- Caso: Diana; Ilarduya-Irán.

El contenido del módulo incluye la documentación con la que se va a trabajar a lo largo de esa semana. Además, a lo largo del contenido de este módulo el tutor irá haciendo referencia a la documentación, instrumentos de gestión, enlaces y bibliografía de Pasaporte al Exterior que serán de máxima utilidad para los alumnos. Dicha documentación constituye una introducción básica a los diferentes temas y una herramienta de gran utilidad para las empresas exportadoras.

### **6.6 MÓDULO 4: NEGOCIACION Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL**

El objetivo que persigue este módulo tras su realización es que el alumno:

- ▢ Tenga una visión global de los instrumentos jurídicos que velan y apoyan a los empresarios en el ámbito internacional.
- ▢ Sea capaz de realizar y supervisar cualquier tipo de contrato y de conocer si sus cláusulas nos convienen o perjudican. Solo así podrá proponer y negociar las modificaciones correspondientes.

En contratación internacional se trabaja para evitar riesgos. Para ello es importante saber identificar cual es el tipo de contrato que interesa y su contenido.

#### Contenido:

- ▢ Introducción a la contratación: elementos esenciales para la validez de un contrato. Caso y ley aplicable.
- ▢ Modelos de contratos:
  - Contrato de compraventa internacional. Análisis de cláusulas.
  - Contratos de intermediación: Concepto y utilidad. Contrato de comisión y contrato de agencia.
  - Contrato de Distribución o Concesión.
  - Joint-venture.

El módulo contiene la documentación con la que se trabaja a lo largo de la semana. Además, a lo largo del contenido de este módulo el tutor va haciendo referencia a la documentación, instrumentos de gestión, enlaces y bibliografía de *Pasaporte al Exterior* que serán muy útiles.

Toda esta documentación va complementada con fuentes de información y casos prácticos que deberán ser resueltos a lo largo de módulo, lo que servirá para fijar los conceptos y reflexionar sobre temas tratados.

## 6.7 MÓDULO 5: INCOTERMS. DOCUMENTACIÓN DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

El objetivo que persigue este módulo tras su realización es que el alumno:

- ▢ Tenga una visión global de los INCOTERMS como lenguaje común internacional y regulación de las entregas internacionales.
- ▢ Entienda el papel de los documentos de transporte internacionales.
- ▢ Sea capaz de calcular un precio de exportación.

#### Contenido:

- ▢ Términos de entrega internacional (INCOTERMS): comercio Internacional y logística, rasgos definitivos fundamentales de los diversos INCOTERMS, marítimos, polivalentes.
- ▢ Documentos de transporte y certificados utilizados habitualmente en las compraventas internacionales.
- ▢ Determinación del precio de una compraventa internacional: elementos del precio, forma de cálculo, rentabilidad y *benchmarking* con los precios de la competencia.
- ▢ Casos: Ilarduya-Irán; Maquinaria Especial.

El módulo contiene la documentación con la que se trabaja a lo largo de la semana, además de incluir las referencias a la documentación, instrumentos de gestión, enlaces y bibliografía de Pasaporte al Exterior. Dicha documentación constituye una introducción básica a los diferentes temas y una herramienta de gran utilidad para las empresas exportadoras.

## **6.8 MÓDULO 6: ASPECTOS FINANCIEROS DEL COMERCIO INTERNACIONAL. MEDIOS DE PAGO Y FINANCIACIÓN DE OPERACIONES. RIESGOS INTERNACIONALES Y COBERTURAS**

El objetivo general de este módulo es conocer los aspectos financieros esenciales de una operación de comercio exterior.

Al finalizar las sesiones correspondientes del presente módulo, se espera que cada alumno haya conseguido conocer:

- Los principales medios de cobro-pago utilizados en el comercio internacional.
- Ventajas e inconvenientes de cada uno cuando se opera como exportador y como importador.
- La utilización más adecuada de cada medio de pago-cobro.
- El concepto y la aplicabilidad del Seguro de crédito para la exportación.
- Las características básicas de los mercados de divisas al contado y a plazo.
- La cobertura de riesgos de cambio.

### **Contenido:**

- Medios de cobro.
- Seguro de créditos para la exportación.
- Mercado de divisas.

El contenido del módulo incluye los casos y la documentación con la que se va trabajar a lo largo de esa semana. Además, a lo largo del contenido de este módulo el tutor irá haciendo referencia a la documentación, instrumentos de gestión, enlaces y bibliografía de Pasaporte al Exterior que serán de máxima utilidad para los alumnos.

## **6.9 MÓDULO 7: EL PLAN OPERATIVO DE INTERNACIONALIZACIÓN**

El objetivo que persigue este módulo tras su realización es que el alumno:

- Presentar el contenido, elementos y premisas que debe contener un plan operativo de internacionalización.
- Describir las fases del proceso de elaboración del plan operativo de internacionalización.
- Sugerir esquemas de los aspectos a considerar en cada una de las fases a desarrollar.
- Plantear la necesidad de establecer un plan de seguimiento y control del plan operativo.

### **Contenido:**

- Premisas de un Plan Operativo de Internacionalización.

- ▢ Definición de objetivos.
- ▢ Marketing mix. Planes.
- ▢ Presupuesto del Plan de acciones POI.
- ▢ Seguimiento y control del POI.

## 6.10 MÓDULO 8: APOYOS INSTITUCIONALES A LA INTERNACIONALIZACIÓN

El objetivo que persigue este módulo tras su realización es que el alumno:

- ▢ Se familiarice con las entidades que le pueden proporcionar apoyo en su proceso de internacionalización y con las características de esos apoyos.
- ▢ Conozca las funciones y servicios más relevantes de los organismos que intervienen en el proceso de internacionalización de la empresa española.
- ▢ Disponga de los enlaces directos a las páginas WEB de dichos organismos para su conocimiento más profundo.

### Contenido:

- ▢ Entidades nacionales e internacionales que apoyan el proceso de internacionalización de las empresas.
- ▢ Apoyos para la internacionalización de la empresa.
- ▢ Consolidación en la búsqueda de apoyos para la internacionalización de la empresa.

## 6.11 PROGRAMACIÓN SESIONES MAGISTRALES WEB CONFERENCE

| Tema   | Ponente           |
|--|-------------------|
| Estrategia digital                                     | Nacho Somalo      |
| Marketing digital e internacionalización de la empresa | Tristán Elósegui  |
| Comercio electrónico internacional                     | Fernando Aparicio |

## 7. CURRICULA DE PROFESORES

A continuación, pasamos a enumerar los profesores propuestos para la impartición de los diferentes módulos, con una breve descripción de su titulación académica y experiencia profesional:

| PROFESOR                    | CV   | ÁREA  |
|-----------------------------|--|---|
| <b>Vigón Arvizu, Teresa</b> | <p>Licenciada en Derecho por la Universidad de Oviedo y MBA.</p> <p>Directora General de ASTUREX, la agencia de promoción exterior del Gobierno del Principado de Asturias.</p> <p>Fue Directora Internacional del Grupo Futuver, con matriz en Asturias y filiales en México, Panamá y Ecuador, y anteriormente</p> | <b>Módulo 1: Visión estratégica del negocio internacional</b> |

| PROFESOR  | CV   | ÁREA   |
|---|--|--|
|   | <p>había sido subdirectora de la filial en México, donde residió 7 años, y Directora de Consultoría.</p> <p>Como Experta en diversas materias relacionadas con comercio Exterior, ha participado en proyectos internacionales financiados por Instituciones Financieras Multilaterales (BID, UE, Banco Mundial) en países como Bolivia, Honduras, República Dominicana y otros.</p> <p>Prestó sus servicios en ICEX durante casi 25 años, donde fue delegada en Asturias y posteriormente responsable del Programa Aprendiendo a Exportar. Participó activamente en la gestión y desarrollo del programa PIPE, considerado como best practice en programas de internacionalización de PYMEs por la Comisión de la UE.</p> <p>Participante habitual en cursos y másteres de Comercio Exterior para Cámaras de Comercio, Asociaciones de Exportadores, organismos de promoción, Escuelas de Negocios, Universidad y foros nacionales e internacionales.</p>  |  |
| <p><b>Llamazares García-Lomas, Olegario</b></p> | <p>Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad Complutense de Madrid).</p> <p>Management Programme in International Business (St. John's College - Universidad de Cambridge, Reino Unido).</p> <p>Curso de Técnicos de Comercio Exterior (Centro de Estudios Comerciales -CECO).</p> <p>Cursos de Doctorado de la Universidad Pontificia de Comillas (1996-1997)</p> <p>Director - Global Marketing Strategies</p> <p>Jefe de Área y Consultor - Dun&amp;Bradstreet</p> <p>Agente comercial internacional - Centex</p> <p>Analista de Mercados Exteriores en Estados Unidos - Cámara de Comercio e Industria de Madrid</p> <p>Profesor y coordinador de la asignatura Marketing Internacional en el Master en Gestión Internacional de la Empresa (ICEX-CECO)</p> <p>Profesor en cursos de postgrado de la Universidad Pontificia de Comillas y la Escuela de Organización Industrial (EOI)</p> <p>Ponente en seminarios sobre la internacionalización de la empresa española</p> | <p><b>Módulo 2: Identificación de oportunidades de negocio. Localización de clientes</b></p> |

| PROFESOR                                     | CV  | ÁREA  |
|--|---|---|
|  | <p>en España y América Latina</p> <p>Autor del Libro "Cómo negociar con éxito en 50 países" (GMS, 2003)</p> <p>Coautor de los libros "Marketing Internacional" (Ediciones Pirámide 1998 - 2ª edición), y "Marketing Internacional": casos y ejercicios prácticos (Ediciones Pirámide - 1997)</p> <p>Coordinador y coautor de los libros "Curso Superior: Estrategia y Gestión del Comercio Exterior" y "Curso Básico: Operativa y Práctica del Comercio Exterior" (ICEX y el Consejo Superior de Cámaras - 1999).</p> <p>Autor del libro "Negociación Internacional: estrategias y casos" (Ediciones Pirámide, 2002)</p> <p>Autor de distintos números de la serie "Cuadernos Básicos para la Exportación" (ICEX).</p>  |   |
| <p><b>Molins de la Fuente, Alejandro</b></p> | <p>Licenciado en Derecho por la Universidad de Deusto (Bilbao)</p> <p>Graduado en Dirección y Administración de Empresas por ICADE</p> <p>Diplomado en Dirección de Empresas de Comercio Exterior CECO</p> <p>Diplomado en Comunidades Europeas CEPADE (UPM)</p> <p>Master en Shipping (IME Universidad de Comillas)</p> <p>Diplomado en Economía Agrícola CEPADE (UPM)</p> <p>Auditor (ROAC)</p> <p>Auditor de Espacontrol, S.A.</p> <p>Desde finales de 1981, trabajando en distintas áreas (Importación, Exportación, tráfico y finanzas), en la empresa INCOTECO, S.A.</p> <p>Desde 1988 a 2002 fue fundador y accionista de MQM, S.A., empresa especializada en mercados emergentes (China, Brasil, Uruguay, Colombia, Méjico, Argentina, Países del Magreb)</p> <p>Dentro de MQM dirigió la división de consultoría, logística e inversiones, entre cuyas operaciones cabe destacar la promoción y creación de una plataforma logística hispano-china en Zhejiang, la</p> | <p><b>Módulo 3: Definición de la oferta internacional. Adaptaciones del producto/servicio. Normalización, certificación, homologación</b></p> <p><b>Módulo 5: Incoterms. Documentos de las operaciones Internacionales. Determinación del precio de exportación</b></p> |

| PROFESOR                          | CV   | ÁREA   |
|-----------------------------------|--|--|
|                                   | <p>primera de este tipo en territorio chino.</p> <p>También posee una amplia experiencia comercial en Hong Kong, Latinoamérica (Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Uruguay) y África (Sierra Leona, Sudán, Liberia y Sudáfrica, Magreb).</p> <p>Director de ARA-Servicios de Comercio Exterior</p> <p>Presidente del Puente Logístico Alicante-Oran (PLM)</p> <p>Miembro del Consejo Asesor del IGADI (Instituto Gallego de Documentación y Análisis Internacional)</p> <p>Patrono de la Fundación Vitalia.</p>  |  |
| <p><b>Morros Cámara, Luis</b></p> | <p>Licenciado en Derecho por El Centro de Enseñanza Superior Luis Vives Adscrito a La Universidad de Alcalá De Henares (Madrid). 1991-1996.</p> <p>Diplomado Superior en Derecho Comunitario Por La Fundación Universitaria San Pablo (C.E.U.), Centro Universitario Luis Vives CEU Y Centro de Estudios Europeos de La Universidad de Alcalá de Henares (Madrid). 1992-1996.</p> <p>Curso General de Práctica Jurídica necesario para el acceso al Turno de Oficio en La Comunidad de Madrid, Escuela Superior de Práctica Jurídica –Juris- (1.996).</p> <p>Cursos de Doctorado en la Universidad de Alcalá de Henares, Madrid.</p> <p>Profesor del Instituto de Formación Empresarial –IFE- (Cámara Oficial de comercio e Industria de Madrid)</p> <p>Profesor de comercio internacional Curso Superior de Estrategia y Gestión del Comercio Exterior que se gestiona y financia conjuntamente por el Consejo Superior de Cámaras y el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).</p> <p>Profesor y Coordinador de Entorno Jurídico Internacional en Máster en Gestión Internacional de la Empresa del Instituto Español de Comercio Exterior -ICEX- del Centro de Estudios Económicos y Comerciales (fundación CECO).</p> <p>Profesor de Comercio Exterior, área Contratación Internacional, Arbitraje Internacional y Unión Europea, del Instituto de Formación Empresarial y Tecnológico de</p> | <p><b>Módulo 4: Negociación y Contratación internacional</b></p> |

| PROFESOR                            | CV  | ÁREA  |
|-------------------------------------|---|---|
|                                     | <p>Zaragoza. –IFET-, de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza.</p> <p>Profesor colaborador de la Universidad Complutense de Madrid para el Master en Información Económica. Facultad de Ciencias de la Información.</p> <p>Profesor de Entorno Jurídico Internacional en Técnicos de Internacionalización de la Empresa de la Comunidad de Madrid (PROMOMADRID-CEIM), Centro de Estudios Económicos y Comerciales (fundación CECO).</p> <p>Profesor de Negociación y Contratación Internacional en el Master de Comercio Exterior de la Universidad Europea de Madrid.</p> <p>Profesor de prácticum en la facultad de derecho de la Universidad Europea de Madrid.</p> <p>Profesor de Negociación y Contratación Internacional en el Curso de Comercio Exterior que se imparte en el Centro de Estudios Bursátiles -IEB-.</p> <p>Profesor de Contratación Internacional del Programa Superior en Gestión Internacional de Empresas (ICEX) de la Escuela de Organización Industrial -EOI-.</p> <p>Profesor de Contratación Internacional del Máster en Gestión Internacional de Empresas (ICEX) de la Escuela de Organización Industrial -EOI-.</p> <p>Profesor de Contratación Internacional del Master en Gestión Internacional de Empresas (Cámaras de Comercio en el Extranjero) de la Escuela de Organización Industrial -EOI-.</p> |   |
| <p><b>Morán Serrano, Miguel</b></p> | <p>Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid.</p> <p>Agente Oficial de Adunas e Impuestos Especiales.</p> <p>COMERCIO INTERNACIONAL-ASESORAMIENTO Y ESTUDIOS SL. Administrador único y Socio-Director.</p> <p>ESCUELA DE ORGANIZACION INDUSTRIAL (EOI). Director de Cursos de Gestión Internacional de la Empresa.</p> <p>PROMOTOR DE EXPORTACION DEL PROGRAMA PIPE 2000 del ICEX, Comunidades Autónomas y Cámaras de Comercio.</p>   | <p><b>Módulo 6: Aspectos financieros del comercio internacional. Medios de pago y financiación de operaciones. Riesgos y cobertura de riesgos internacionales</b></p> |

| PROFESOR                            | CV   | ÁREA  |
|-------------------------------------|--|---|
|                                     | <p>Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Máster Internacional de Dirección y Gestión del Comercio Exterior.</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Exterior (IGAPE). Formador dentro del Programa de Técnicos de Comercio Exterior.</p> <p>Fundación Genoma España. Caracterización de la situación del sector de la Biotecnología en España y en el Mundo.</p> <p>Instituto Universitario Euroforum-El Escorial, de la Universidad Complutense de Madrid. Diseñador, Director y Profesor del Taller de Comercio Exterior para Gerentes de PYME.</p> <p>Cámara Oficial de Comercio e Industria de Toledo. Delegación de Talavera de La Reina. Curso de Comercio Exterior. Director del Proyecto de Exportación y Profesor de Finanzas Internacionales.</p>  |   |
| <p><b>López Martínez, Félix</b></p> | <p>Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Bilbao.</p> <p>Agente Comercial Internacional.</p> <p>Profesor de la "Escuela de Organización Industrial".</p> <p>En el Instituto Universitario Euroforum participó en el desarrollo durante cuatro años de un Taller de Comercio Exterior.</p> <p>Ha enseñado a estudiantes y directivos del Reino Unido, Francia, Alemania, EEUU, Cuba, Chile, Perú, México, Colombia, Venezuela, India, Taiwan, Nigeria, Camerún sobre temas que abarcan la contratación y negociación internacional, negociación y establecimiento de "jointventures", estrategias de distribución en Europa, gestión internacional y estrategias globales de inversión.</p> <p>Ha escrito regularmente en Expansión Económica.</p> <p>Es miembro fundador del Observatorio del Banco Central Europeo (OBCE).</p> | <p><b>Módulo 7: El plan operativo de internacionalización</b></p> |
| <p><b>Ortega Ripoll, Rafael</b></p> | <p>Licenciado en Ciencias Químicas (especialidad Bioquímica y Biología Molecular) por la Universidad Autónoma de Madrid.</p> <p>MBA en Comercio Internacional por ICX-CECO.</p> <p>Pertenece al Cuerpo de Inspectores del SOIVRE desde 1988, adscrito al Ministerio de</p>   | <p><b>Módulo 8: Apoyos a la internacionalización</b></p>          |

| PROFESOR | CV  | ÁREA |
|----------|---|------|
|          | <p>Economía y Competitividad.</p> <p>Consejero Comercial en la Oficina Económica y Comercial de Londres.</p> <p>Ha sido director territorial de Comercio y Director de ICEX en Murcia, así como Director de los Centros de Inspección SOIVRE de Melilla y Alicante, y Jefe de Servicio de Laboratorio en Alicante.</p> <p>Profesor de apoyos públicos financieros y no financieros para la internacionalización en distintos programas formativos de ICEX-CECO</p> <p>Incluido en la lista de expertos del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC entre 1996 y 1999.</p> <p>Participante en varios Comités Técnicos de Normalización de AENOR como Secretario, Coordinador o Vocal desde 1998 hasta la actualidad (Envases y embalajes, calzado, productos alimenticios y especias).</p> <p>Ha colaborado con la Universidad de Murcia en el Máster Universitario de Dirección de Empresas (MBA), de la Universidad de Murcia, y como profesor en el Máster Universitario de Nutrición, Tecnología y Seguridad Alimentaria, siendo profesor colaborador honorario entre 2016 y 2018.</p> <p>Ha colaborado con la Universidad de Alicante como profesor en el Máster Universitario de Ciencias de los Alimentos y la Nutrición, y en el Máster Universitario de Química Ambiental y Sostenible.</p> |      |

## 8. EVALUACIÓN DE LOS ALUMNOS

Cada alumno será evaluado individualmente en función del trabajo desarrollado y de su nivel de participación en cada módulo.

La evaluación también sirve para detectar dificultades en la realización y seguimiento de las actividades programadas, con el fin de poder adaptar el ritmo y la intensidad de impartición a las características del grupo de alumnos.

### Aspectos que se evalúan:

- ▶ Trabajos presentados, tanto individuales como en grupo.
- ▶ Actividades desarrolladas.
- ▶ Cantidad y calidad de las intervenciones del alumno
- ▶ Regularidad en el seguimiento del curso y cumplimiento de plazos

**Procedimiento de evaluación:** Se establece de manera específica para cada actividad de cada módulo, utilizando distintos instrumentos: cuestionarios, informes, registro de participaciones del Alumno, pruebas específicas de conocimiento. El claustro de profesores realiza además una evaluación global de cada alumno teniendo en cuenta los resultados de todos los elementos objeto de la evaluación.

**Criterios de calificación:** Para poder acceder a ser calificado en cada módulo, el alumno debe haber participado al menos en el 90% de las actividades de ese módulo. ***Para ser declarado apto en el curso, el alumno debe haber aprobado siete de los ocho módulos que lo componen.***

Al finalizar cada módulo, se comunica a los alumnos si lo han superado. A los alumnos considerados no aptos, se les concede una oportunidad de recuperación en las semanas previstas a tal efecto. En la primera semana de recuperación, se podrán realizar las actividades pendientes de los cuatro primeros módulos y en la segunda semana de recuperación sólo se podrán recuperar las actividades de los cuatro últimos módulos.

La fecha límite de entrega de las actividades de cada módulo será el domingo hasta las 12:00 de la noche, hora local española (GMT + 1). Los ejercicios presentados fuera del periodo establecido tienen una calificación máxima de 7 y serán evaluados en la semana de recuperación correspondiente.

## 9. CERTIFICACIÓN DEL CURSO

Una vez finalizado el curso y superadas las distintas pruebas, el alumno recibirá el **Diploma** correspondiente expedido por las entidades organizadoras.

## 10. CONTROL DE CALIDAD

Se realizará un seguimiento continuo de la calidad del curso, teniendo en cuenta, entre otras cuestiones, la valoración que los docentes y participantes realizan al término de cada módulo y al final del curso.

Los participantes responden al final del curso a un cuestionario de valoración, en el que se pide su opinión sobre el programa, el profesorado y el método docente. En esta valoración también se pide la opinión del alumno sobre la coordinación técnico-pedagógica y las funcionalidades del propio Campus Virtual. Todas estas aportaciones servirán para resolver y corregir posibles deficiencias en la impartición y para mejorar futuras ediciones.

Asimismo, se mantienen reuniones periódicas con el equipo docente del curso a fin de resolver posibles incidencias e introducir mejoras en futuras ediciones del mismo.

## 11. CALENDARIO DEL CURSO

Del 14 de marzo al 4 de junio de 2023.

## 12. ADMISIÓN Y MATRÍCULA

Las solicitudes de inscripción en el Curso deben realizarse a través de la página web [www.icex-ceco.es](http://www.icex-ceco.es)

El plazo de inscripción queda abierto hasta completar el máximo de alumnos por grupo.

Los derechos de matrícula ascienden a 975 euros. Este importe comprende los materiales docentes facilitados durante el curso y la docencia online, así como el apoyo técnico online por parte del Equipo Técnico-Pedagógico.

En caso de cualquier duda pueden dirigir su consulta a través de [bgceco@icex.es](mailto:bgceco@icex.es).