

E F N
**Conocimiento
que
Impulsa**



Escuela Francesa de Negocios

www.efn.edu.uy

**EXPERTO EN
NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

ESCUELA FRANCESA DE NEGOCIOS

Eduardo Acevedo 1438

C.P 11200 – Montevideo

Tel. 4086264 – Fax. 4026055

info@efn.edu.uy

www.efn.edu.uy



EXPERTO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Introducción:

Parece evidente que hoy vivimos dentro de un sistema de negocios globalmente integrado. La revolución de la tecnología de la información y las comunicaciones, los adelantos en el transporte y la liberalización de los mercados, especialmente los financieros, conllevan que el conocimiento, las personas calificadas, los bienes y los servicios presenten una gran movilidad. El mundo es ahora una aldea global donde los productores de bienes y servicios a menudo compiten en el ámbito doméstico e internacional.

En la decisión de internacionalización, uno de los primeros pasos consiste en definir hacia qué mercados se quiere dirigir la empresa, decisión de gran implicancia estratégica y, al mismo tiempo, de gran complejidad, pues la decisión debe tomarse teniendo en cuenta los recursos y capacidades de la firma, limitando a su vez la exposición al riesgo internacional. Además, las empresas deben contemplar escenarios sobre factores tan variables como costos y precios futuros, reacciones de los competidores y tecnología, sin olvidar la importancia de los factores culturales, que pueden llegar a ser decisivos en el éxito de la estrategia de internacionalización adoptada.

Los negocios internacionales no se limitan a las grandes compañías multinacionales. Muchos pequeños negocios también se encuentran en este mercado. Además el sector público, en sus distintos niveles - gobierno central, entes autónomos o municipios- influye de modo directo e indirecto en el éxito de las empresas globales, pues es consciente de que el desempeño económico de esas empresas contribuye al desarrollo económico general, por lo que intenta beneficiar las condiciones que favorecen el desarrollo de los negocios internacionales.

Por todo ello, Experto en Negocios Internacionales, intenta dar respuesta a:

- a. Procesos de internacionalización de las empresas.
- b. Necesidades de adaptación de las empresas a un nuevo ambiente competitivo.
- c. Cambios organizacionales derivados del entorno internacional.
- d. Exigencias legales y culturales del medio externo.
- e. Importancia de la variable tecnológica.
- f. Desarrollo en informática y telecomunicaciones.
- g. Necesidades de mejorar habilidades de negociación.
- h. La necesidad de realizar análisis cuantitativos, etc.



Objetivos:

La nueva economía global requiere de profesionales con capacidad de análisis y negociación en cualquier medio y cultura, capaces de adaptarse a los cambios acelerados que afectan el mundo. Experto en Negocios Internacionales pretende dar una respuesta a este requerimiento, formando una nueva generación de profesionales capaces de trabajar a favor de empresas inmersas en la dinámica de la economía moderna.

Con Experto en Negocios Internacionales el alumno obtendrá una visión global y práctica del comercio exterior, del marketing internacional, de los diferentes mercados regionales en los que competir y la forma de hacer negocios en ellos.

Se han trazado los siguientes objetivos:

- a. Conocimiento del ambiente económico internacional relacionado con los negocios
 - Fomento del desarrollo de una visión y una actitud mental abierta e innovadora frente al cambio y a las diferencias culturales entre grupos humanos.
 - Desarrollo de habilidades de análisis de las variables económicas, tecnológicas, políticas, legales y sociales propias del entorno internacional en el cual se mueven las organizaciones.
 - Conocimiento de las peculiaridades de la negociación internacional y de las técnicas comerciales, del entorno legal de los negocios internacionales, de la logística y de las finanzas internacionales.
 - Desarrollo de habilidades de negociación que permitan aprovechar oportunidades que contribuyan al progreso del país y de la organización.
 - Fomento de una actitud ética frente a la diversidad moral que el mundo internacional de los negocios presenta.



CRONOGRAMA DEL CURSO

MODULOS	TEMAS	HORAS
1º	OPERACIONES INTERNACIONALES	39
2º	ADUANAS	39
3º	LICITACIONES PÚBLICAS	21
4º	DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO	21
5º	CONTRATACIÓN INTERNACIONAL	21
6º	MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES	39
7º	LOGÍSTICA Y TRANSPORTE	39
8º	SEGUROS Y DERECHO DE LOS TRANSPORTES	24
9º	ECONOMÍA	24
10	FINANZAS	24
11º	COSTOS	24
12º	PROPIEDAD INDUSTRIAL	18
13º	ANÁLISIS CUANTITATIVO	30
14º	PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y TALLER	39
15º	GESTIÓN DE CLIENTES Y TALLER	30
16º	COMERCIALIZACIÓN Y TALLER	39
17º	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y TALLER INTEGRADOR	39
18º	ENTORNO CULTURAL Y NEGOCIACIÓN	30
	TOTAL HORAS	540

Programa detallado:

MÓDULO 1

OPERACIONES INTERNACIONALES

Contenido:

- a. Compraventa Internacional
 - Descripción de los actores intervinientes, y la función asignada a cada uno.
 - Descripción de un proceso de exportación desde sus comienzos, analizando la incidencia de cada uno de los actores.
 - Descripción de un proceso de importación desde sus comienzos, analizando la incidencia de cada uno de los actores.
 - Gestión documental de todos los procesos
- b. Organismos Internacionales
 - OMC
 - i. Su importancia, su funcionamiento, el proceso de adhesión, beneficios.
 - CCI
 - i. Su función en el mundo, sus publicaciones.
 - WCO



- i. Sus funciones y su interacción con las Aduanas del mundo
- c. Barreras a la Exportación
 - Comprender su importancia e incidencia
 - Los distintos tipos de derechos
 - i. Ad Valorem, Específico, Mixto, Compuesto, Cupos, etc. ejercicios
- d. Los riesgos en las compraventas internacionales
 - Cómo gestionar el riesgo en las compra ventas internacionales
- e. Nomenclatura Arancelaria
 - Evolución histórica, su importancia, codificación de los productos, los actores internacionales encargados de esta tarea, su cometido.
- f. Bloques Económicos
 - Su proceso y su incidencia en los costos de las importaciones y exportaciones, su relación con la OMC.
- g. Información de mercados
- h. Gestionar la información de mercados

MÓDULO 2

ADUANAS

Contenido

- a. Nomenclatura Arancelaria y Código Aduanero
- b. Operaciones Aduaneras (Importaciones / Exportaciones / Admisión Temporal/ Tránsito)
- c. Ley de zona Franca y Mercosur; Cálculo de tributos
- d. Incoterms
- e. Depósitos Francos
- f. Admisión temporal
- g. Exoneraciones a la Importación
- h. DUA
- i. DVA
- j. Certificados de origen

MÓDULO 3

LICITACIONES PÚBLICAS

Contenido:

- a. Las normativas
 - a. Generales
 - b. Particulares
- b. Los montos que determinan el tipo de procedimiento
 - a. Compra directa común
 - b. Compra directa ampliada
 - c. Licitaciones Abreviadas
 - d. Licitaciones Públicas
- c. Las Excepciones
 - a. Compra directa por excepción
- d. Forma de pagos
 - a. Contado
 - b. Crédito
 - c. Transferencia Bancaria
 - d. Cartas de Crédito



MÓDULO 4

DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO

Contenido:

- a. Las relaciones internacionales a través de los Estados y los Particulares.
- b. Función: un instrumento para la sociedad internacional
- c. Objeto:
 - Regulación del caso ius privatista internacional
 - Dimensión judicial del caso jus privatista internacional: jurisdicción internacional, cooperación jurisdiccional internacional, eficacia extraterritorial de las sentencias.
- d. Codificaciones nacionales
- e. Codificación internacional de la que la República Oriental del Uruguay es parte

MÓDULO 5

CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

Contenido:

- a. Análisis de la regulación de la categoría en los Tratados de Montevideo.
- b. Convención interamericana de 1994 sobre Derecho Aplicable a la Contratación Internacional
- c. Los principios de UNIDROIT
- d. Venta Internacional de Mercaderías. Regulación de la categoría en el sistema del Derecho Internacional Privado vigente.

MÓDULO 6

MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

Contenido:

- a. Transferencias
- b. Tarjetas de crédito
- c. Cheques;
- d. cheques bancarios;
- e. cheques viajeros;
- f. Letra de Cambio;
- g. Remesas simples;
- h. Remesas Documentarias;
- i. Circular Nº 522;
- j. Crédito Documentario;
- k. Circular Nº 600;
- l. Cartas de Crédito Stand By;
- m. Factoring;
- n. Forfaiting

MÓDULO 7

LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

Contenido:

- a. LOGÍSTICA Y TRANSPORTE:
 - a. La función de la logística;
 - b. Eslabones logísticos;



- c. El transporte y su contrato;
 - d. Embalaje de la mercadería;
 - e. Puntos técnicos del transporte;
 - f. Contratación de los distintos tipos de transporte;
 - g. Elección logística; Costos Logísticos;
 - h. Guía de selección para los distintos medios de transporte;
 - i. Documentos de los operadores logísticos.
- b. GESTIÓN DE STOCK:
- a. Variables que afectan la Gestión
 - b. Estructura
 - c. Tamaño
 - d. Rotación
 - e. El reaprovisionamiento
 - f. Valoración de existencias por:
 - g. Método PMP
 - h. Método FIFO
 - i. Método LIFO
 - j. Las devoluciones

MÓDULO 8

SEGUROS Y DERECHO DE LOS TRANSPORTES

Contenido:

- a. SEGUROS
 - a. Información Necesaria
 - b. Valores convenientes a asegurar
 - c. Ámbito de cobertura
 - d. Coberturas ofrecidas en el mercado
 - e. Cláusula del Instituto de Londres
 - f. Detalles a tener en cuenta
- b. DERECHO DE LOS TRANSPORTES
 - a. Transporte y Derecho Comercial
 - b. Transporte y Derecho Comercial Internacional
 - i. Público
 - ii. Privado

MÓDULO 9

ECONOMÍA

Contenido:

- a. El funcionamiento de los mercados
- b. Balanza de pagos
- c. Tipos de cambio
- d. Sistemas de Cuentas Nacionales



MÓDULO 10

FINANZAS

Contenido:

- a. Cómo entender los estados financieros
- b. Análisis de flujo de fondos
- c. Diagnóstico económico financiero de la empresa
- d. Información de costos para la toma de decisiones
- e. La gestión del circulante en la empresa
- f. Cómo realizar previsiones financieras
- g. Estrategias financieras
- h. La función financiera de la empresa
- i. Coberturas de riesgos comerciales
- j. Riesgos de cambio

MÓDULO 11

COSTOS

Contenido:

- a. Costos fijos – variables
- b. Costos directos – indirectos
- c. Costos de producción y de estructura
- d. Métodos de reparto

MÓDULO 12

PROPIEDAD INDUSTRIAL

Contenido:

- k. Ley de marcas
- l. Decreto Reglamentario de Marcas
- m. La función de la marca
- n. Marcas colectivas
- o. Denominación de origen
- p. Patentes
- q. La función de la patente
- r. Clasificación de Niza

MÓDULO 13

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Contenido:

- a. Introducción al Análisis y construcción de modelos
- b. Introducción a la programación lineal
- c. Temas especiales de programación matemática
- d. Introducción a probabilidades
- e. Toma de decisiones bajo incertidumbre
- f. Decisión y análisis de riesgo
- g. Control y gerencia de inventarios
- h. Teoría de colas: congestión en sistemas de procesamiento
- i. Simulación



MÓDULO 14

PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y TALLER

Contenido:

- a. Programación
- b. Identificación
- c. Instrucción
- d. Financiación
- e. Ejecución
- f. Evaluación
- g. El Método del Marco Lógico
- h. Instrumentos de Gestión

MÓDULO 15

GESTIÓN DE CLIENTES

Contenido:

- a. Identificación de clientes
- b. Clasificación de clientes
- c. Armado ficha de clientes
- d. Gestión de los pedidos
- e. Cómo verificar una demanda internacional
- f. Diseño de Ofertas Comerciales Internacionales
- g. Diseño de Facturas pro-forma
- h. Listas de precios internacionales
- i. Incoterms
- j. Archivo de clientes
- k. Documentación esencial
- l. Control de clientes
- m. Estadísticas de ventas

MÓDULO 16

COMERCIALIZACIÓN Y TALLER

Contenido:

- a. Planificación
- b. Análisis interno
- c. Análisis externo
- d. Diagnóstico de internacionalización
- e. Oferta exportable
- f. Soluciones estratégicas
- g. Segmentación de acuerdo a los criterios más significativos
- h. Posicionamiento
- i. Investigación de mercados internacionales
- j. Segmentación y selección de mercados internacionales
- k. Plan de mercado
- l. Objetivos
- m. Elaboración de cartas comerciales
- n. Elaboración de ofertas comerciales internacionales / INCOTERMS
- o. Distribución Comercial Internacional
- p. Agentes comerciales
- q. Ferias Profesionales Internacionales
- r. Taller



MÓDULO 17

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y TALLER INTEGRADOR

Contenido:

- a. Satisfacción de necesidades
- b. Comportamiento del consumidor
- c. Segmentación
- d. Análisis de un mercado rentable
- e. Análisis de la empresa
- f. Estrategias

MÓDULO 18

ENTORNO CULTURAL Y NEGOCIACIÓN

Contenido:

- a. Las distintas culturas
- b. La importancia del "tiempo" en las distintas culturas
- c. Los aspectos culturales de la negociación internacional
- d. El negociador
- e. Distintos comportamientos y estilos en la negociación

Duración del curso:

1 año y medio

Aprobación del curso, requisitos:

Aprobación de los Parciales y Talleres

Inversión:

Exento de matrícula

Se incluye:

- a. Materiales de apoyo digitalizados.
- b. Taller integrador
- c. Ciclo de actualizaciones
- d. Entrega de Diploma
- e. Talleres gratuitos de inserción y búsqueda laboral
- f. Bolsa de Trabajo

Se puede pagar hasta en 18 cuotas de \$ 3.500,⁰⁰ (pesos uruguayos tres mil quinientos).

Por pago contado 12% de descuento.

Por pago en 2 cuotas 8% de descuento.

Por pago en 3 cuotas 5% de descuento.

Estudiantes de Universidades públicas y privadas, 5% de descuento en el plan cuotas.

Estudiantes de Relaciones Internacionales de la UDELAR, 8% de descuento en el plan cuotas.

Los descuentos no son acumulables.

Los precios se encuentran actualizados al 15 de Mayo de 2010.



Escuela Francesa de Negocios

www.efn.edu.uy

INFORMES E INSCRIPCIONES

ESCUELA FRANCESA DE NEGOCIOS

EDUARDO ACEVEDO 1438

C.P 11200 – MONTEVIDEO

TEL. 4086264 – FAX. 4026055

info@efn.edu.uy

www.efn.edu.uy