

# aulaformacion

CURSO UNIVERSITARIO DE ESPECIALIZACIÓN

**PROGRAM ADVANCED**

**en el área de Comercio y  
Marketing Internacional**

**Con Prácticas Curriculares (500 horas)**



**UEMC**

Universidad Europea  
Miguel de Cervantes

**online 100%**

**Programa Certificado por  
Universidad Europea Miguel de Cervantes**

[www.calidadyformacionempresarial.es](http://www.calidadyformacionempresarial.es)

**Tel. 902 300 247**

aulaformacion  
FORMACIÓN A DISTANCIA ESPECIALIZADA

**PM** Project Management  
CONSULTORES

## Curso Universitario de Especialización: "PROGRAM ADVANCED EN EL ÁREA DE COMERCIO Y MARKETING INTERNACIONAL"

¡INVIERTE EN TU FUTURO PROFESIONAL Y  
REALIZA PRÁCTICAS CURRICULARES EN EMPRESAS!



En este caso, los certificados y diplomas obtenidos cuentan con la firma y el sello de la Secretaría General de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, lo que les puede otorgar validez a efectos de su participación o presentación en oposiciones, concursos oposición, concursos de méritos y otros procesos de selección (consultar bases). Todo ello, en base al Real Decreto 276/2007 de 23 de febrero (BOE de 2 de marzo de 2007), que reconoce los cursos de las universidades a todos los efectos, pudiendo ser válidos a los requisitos exigidos por las comisiones de baremación (consultar bases específicas de cada convocatoria).

### DIPLOMAS Y CERTIFICACIÓN ACADÉMICA

A la finalización de este curso universitario de especialización el alumno, una vez superadas con aptitud las pruebas, recibirá un Título emitido por AULAFORMACION y Diploma acreditativo expedido por la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) con reconocimiento de créditos universitarios ECTS.



## PRÁCTICAS CURRICULARES EN EMPRESAS

Este Curso Universitario de especialización incorpora una **asignatura obligatoria de Prácticas Curriculares en empresas**.

Dichas prácticas serán realizadas mediante la firma de Convenio de Cooperación Educativa entre la UEMC, AULAFORMACION como centro colaborador adscrito a la Universidad, la Empresa de acogida y el alumno, al amparo de la legislación vigente (Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas externas de los estudiantes universitarios o la legislación que la sustituya y/o complemente).

La duración de la práctica será de **500 horas de duración**, a realizar en una o varias empresas, para una duración mínima de **3 meses** y máxima de 12 meses.

El proceso de tramitación, gestión, seguimiento y evaluación del convenio de prácticas es completamente **gratuito**.

La realización de la práctica es **obligatoria** para el alumno siendo éste el encargado de la búsqueda de la empresa receptora de la práctica, la cual quedará **recogido en el correspondiente Título o Diploma académico**.

El Curso Universitario, conforme a los requisitos establecidos en el RD 592/2014, habilita a la realización de prácticas que estén vinculadas a las **competencias básicas, genéricas y/ específicas** que se ofertan en este programa académico.

Los riesgos inherentes de la responsabilidad civil de la práctica están cubiertos por póliza de seguro suscrito por la Escuela.

## DESCRIPCIÓN

Este **Curso Universitario de especialización** habilita profesionalmente a las personas que lo cursen a trabajar en la empresa específicamente en el **área profesional del Comercio Exterior y del Marketing internacional** (familia profesional: Comercio y Marketing), a través de la realización de un programa teórico práctico impartido y tutorizado por profesionales del área.

A través de este curso el alumno adquirirá la **competencia general** en el marco del marketing para obtener y tratar información para el sistema de información de mercados internacionales, elaborando la información de base para la aplicación de las políticas de marketing-mix internacional, y participar en la promoción exterior de la empresa internacionalizada.

Con los conocimientos adquiridos en el curso, el alumno deberá de ser capaz de obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados, realizar estudios y propuestas para las acciones del plan de marketing internacional.

Además, en el contexto de la gestión de las Operaciones del Comercio Internacional este Programa de Especialización universitaria habilita para obtener el conocimiento sobre los fundamentos normativos, conceptos, procedimientos y documentación necesaria para realizar las operaciones de importación /exportación de mercancías en relación con la Administración aduanera en España y su fiscalidad.

Este Cuso Universitario de Especialización está dividido en dos bloques:

### BLOQUE I. MARKETING INTERNACIONAL

### BLOQUE II. GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO EXTERIOR: DERECHO, FISCALIDAD Y GESTIÓN ADUANERA DE OPERACIONES INTERNACIONALES.

A su vez compuesto por dos módulos:

- **Módulo Introductorio de CONTEXTO DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES:** Modulo previo al Módulo de gestión Aduanera para el conocimiento del entorno de las operaciones internacionales, que favorece su mejor comprensión: Comercio exterior en la Unión Aduanera; principios de la contratación internacional, términos generales de la contratación y de la expedición y entrega de las mercancías; los operadores del comercio internacional en el transporte y la logística de las operaciones; el derecho aduanero internacional y comunitario.

- **Módulo de GESTIÓN ADUANERA,** con un enfoque global desde las diferentes perspectivas: figuras y operadores intervinientes, gestión de operaciones, procedimientos y documentos aduaneros, regulación y normativa y fiscalidad aplicable.

## OBJETIVOS DIDÁCTICOS

Con este programa formativo se pretende la formación integral del Técnico en Marketing Internacional y Comercio Exterior, en relación con los fundamentos, conceptos, procedimientos y gestión de la documentación de las relaciones entre el exportador, importador, operadores del comercio internacional y la administración aduanera, así como en las estrategias y técnicas operativas del Marketing Internacional.

Este programa habilita para desarrollar prácticas en empresas en el área de Marketing y de Operaciones Internacionales

Los objetivos y resultados perseguidos a lo largo del Curso son:

- Delimitar los niveles y fuentes de información que son necesarios para el sistema de información de mercados de la organización y su toma de decisiones en el Marketing Internacional.
- Obtener y organizar la información fiable de los mercados, teniendo en cuenta los objetivos y operaciones comerciales de la empresa y sus costes.
- Extraer conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico, de la información y datos obtenidos o disponibles en el sistema de información de Mercados internacionales
- Elaborar informes comerciales, recogiendo las conclusiones y análisis de la información para facilitar la toma de decisiones por la organización
- Obtener conclusiones para la toma de decisiones en la política internacional de producto analizando la información referida al producto o servicio, comprobando su adecuación a los mercados internacionales
- Obtener y valorar la información para la toma de decisiones en la política internacional de precios en mercados internacionales, analizando las variables que componen e influyen en la comercialización internacional de los productos/servicios de la empresa u organización.
- Organizar y supervisar acciones de comunicación/promoción internacional de productos/ servicios en ferias y eventos internacionales, optimizando los recursos asignados, para adecuar sus resultados a los objetivos establecidos
- Obtener información sobre la estructura de los diferentes canales de distribución comercial y formas de entrada en los mercados internacionales, de acuerdo con los objetivos de la organización, para optimizar el tiempo, los costes y los riesgos de la implantación en los mercados.
- Elaborar información de base o «briefing» de productos y/o servicios contemplando las variables del marketing-mix definidas por la organización, para el desarrollo de planes de marketing internacional.
- Identificar los diferentes actores, procesos, y términos comerciales, en los que se realizan las operaciones comerciales y entrega de las mercancías en el tráfico internacional.
- Revisar los procedimientos aduaneros relativos al comercio internacional de mercancías, según la normativa vigente.

## [OBJETIVOS]

- Elaborar la documentación necesaria para la gestión de las operaciones de importación/ exportación e introducción/expedición de mercancías.
- Conocer la legalidad y la fiscalidad en el cumplimiento de la operativa aduanera de la operación.
- Identificar el régimen administrativo y comercial de la operación de compraventa internacional analizando las implicaciones que tiene en los procedimientos y gestiones de las transacciones.
- Detectar las diferencias esenciales entre la tramitación de una importación/exportación y una introducción/expedición.
- Explicar las reglas de atribución del origen de las mercancías que se aplican en el ámbito comunitario.
- Identificar e interpretar la regulación de las exportaciones y de las importaciones y sus consecuencias en la tramitación de la documentación correspondiente.
- Describir la documentación correspondiente a las operaciones de exportación/importación, introducción y/o expedición de mercancías, explicando la función del DUA. (Documento Único Administrativo) y del sistema INTRASTAT, los procedimientos para su tramitación y los plazos exigidos por la normativa vigente para su presentación.
- Interpretar la normativa aplicable para la cumplimentación de los documentos necesarios en las operaciones de compraventa internacional.
- Definir la estructura del Arancel de aduanas y los procedimientos para su gestión, aplicando dicha información en la cumplimentación de la documentación administrativa y aduanera.
- Describir el proceso de codificación de las mercancías objeto de la operación de compraventa en su partida arancelaria.
- Calcular el valor en aduana y cumplimentar DV1 en operaciones de importación, debidamente caracterizadas.
- Identificar los casos en que es necesario presentar el DUA, confeccionándolo de acuerdo con la normativa vigente y los procedimientos establecidos, en casos prácticos debidamente caracterizados.
- Identificar los documentos que la normativa exige para el tránsito internacional (licencia de importación y exportación. Declaración de tránsito comunitario y/o común, DUA, facturas comerciales y/o proformas, Certificados, etcétera).
- Reconocer y explicar la función de los modelos documentales asociados a certificados de origen, licencias de exportación e importación, documentos de transporte y seguro, así como toda la documentación relacionada con una operación de comercio internacional.
- Identificar los certificados que deben acompañar a la mercancía - certificados sanitarios, veterinarios, SOIVRE, Cites, u otros- determinando su forma, lugar y momento de emisión y cumplimentación.
- Analizar los certificados que permiten acogerse a exenciones y/o reducciones arancelarias, EUR1, Formularios A, ATR, etc, determinando su forma, lugar y momento de emisión, de acuerdo con los procedimientos establecidos.
- - Identificar los organismos que emiten y gestionan los documentos.

## [OBJETIVOS]

- Identificar los formularios del sistema INTRASTAT, realizando la cumplimentación de declaraciones siguiendo la normativa vigente.
- Identificar el cumplimiento de la normativa de comercio internacional, teniendo en cuenta las modificaciones que en ésta se produzcan y las implicaciones en la operación, realizando los ajustes oportunos, siguiendo los procedimientos establecidos.

## PRECIO

**Precio oficial: 695 euros.**

**Precio becado: 495 euros (\*)**

**Precio becado (pack 2): 695 euros (1)**

Incluido en el precio las tasas académicas universitarias.

Incluye acceso al Aula Virtual de la Plataforma y acceso permanente a los contenidos posterior a la finalización del curso.

(\*) El "precio becado" es una medida de la UEMC y AULAFORMACION para favorecer la empleabilidad y la inserción laboral de sus alumnos.

(1) Pack 2: precio conjunto con la matrícula en otro curso universitario de especialización: para un total de 1.000 horas de prácticas (2 cursos).

**Matrícula abierta todo el año.**

## DESTINATARIOS

En general cualquier persona, Titulados universitario o no, que quieran o vayan a desarrollar su actividad profesional en el ámbito del Comercio Exterior, en el departamento de exportación e importación de cualquier empresa, en empresas intermediarias del comercio internacional tales como agencias transitarias, agencias comerciales, agencias de aduanas, empresas de asesoramiento comercial, importadores, exportadores, distribuidores-comercializadores, asociaciones, instituciones, y otros organismos gubernamentales y no gubernamentales que realicen transacciones internacionales.

Cualquier persona interesada en la gestión del tráfico del comercio de operaciones internacionales.

▪ Requisitos de acceso al curso y al diploma universitario: Personas mayores de edad que quieran formarse para un desarrollo profesional. No se requiere titulación alguna.

## PROGRAMA

Programa de 1.000 horas (40 ECTS):  
500 horas de teoría (20 ECTS)  
500 horas de prácticas (20 ECTS)

**Matrícula abierta todo el año**

### Duración

Programa a desarrollar en el plazo mínimo de 3 meses y máximo de 12 meses.

## BLOQUE I. COMPETENCIAS EN MARKETING INTERNACIONAL

### MÓDULO I. FUNDAMENTOS Y PLAN DE MARKETING

Unidad I. Introducción al marketing  
Unidad II. El marketing estratégico  
Unidad III. El Plan de Marketing

### MÓDULO II. EL MARKETING INTERNACIONAL

Unidad I. La estrategia de internalización  
Unidad II. Los mercados internacionales  
Unidad III. Investigación en mercados internacionales  
Unidad IV. Las Políticas del marketing internacional  
Anexo. Lecturas  
Casos prácticos.

## BLOQUE II. COMPETENCIAS EN GESTIÓN ADUANERA DEL COMERCIO EXTERIOR: DERECHO, FISCALIDAD Y GESTIÓN ADUANERA DE OPERACIONES INTERNACIONALES

### MODULO I: CONTEXTO DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES

Unidad 1. Fundamentos de la contratación de operaciones internacionales  
Unidad 2. Fundamentos del transporte internacional  
Unidad 3. El sistema aduanero de la Union Europea

### MODULO II: GESTIÓN ADUANERA

Unidad 1. El arancel y la clasificación arancelaria de las mercancías  
Unidad 2. Atribución del origen de las mercancías  
Unidad 3. Destinos y regímenes aduaneros  
Unidad 4. El valor en aduana de las mercancías  
Unidad 5. La deuda aduanera  
Unidad 6. Los impuestos en las operaciones internacionales  
Unidad 7. Guía de documentos y trámites  
Unidad 8. Casos prácticos de gestión aduanera  
Anexos

### **BLOQUE III. PRÁCTICAS EN EMPRESAS**

#### **MÓDULO. PRÁCTICAS EN EMPRESAS**

Prácticas académicas curriculares en empresas (500 horas)

#### **MÓDULO. SEGURIDAD LABORAL** (obligatorio al inicio de las prácticas)

Prevención de Riesgos Laborales (curso básico)

(\*) El programa incluye ejercicios y tareas evaluables por parte de los tutores-profesores, así como cuestionarios de evaluación tipo test

## PROGRAMA DETALLAD

### BLOQUE I. COMPETENCIAS EN MARKETING INTERNACIONAL

#### MÓDULO I. FUNDAMENTOS Y PLAN DE MARKETING

##### UNIDAD I. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

- 1.1. Introducción
  - 1.1.1. Concepto de Marketing
  - 1.1.2. Entender el mercado y las necesidades
  - 1.1.3. Diseño de una Estrategia de marketing
  - 1.1.4. Preparación de un Plan de Marketing
  - 1.1.5. Creación de las relaciones con el Cliente
  - 1.1.6. Captar el valor de los clientes
- 1.2. El nuevo panorama del Marketing: nuevos retos
- 1.3. Algunos conceptos de la Estrategia de marketing que no se deben olvidar
- 1.4. Comportamiento de compra de los consumidores
  - 1.4.1. Mercado de consumidores y comportamiento de compra del Consumidor
  - 1.4.2. El proceso de decisión del Comprador
  - 1.4.3. El proceso de decisión de compra para productos nuevos
- 1.5. Estrategias de Producto, Servicio y Marca: algunos conceptos
  - 1.5.1. Decisiones a tomar sobre mix de productos
  - 1.5.2. Decisiones a tomar sobre la estrategia de marca: crear marcas poderosas
- 1.6. Comunicación comercial: publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas
  - 1.6.1. El mix de la comunicación
  - 1.6.2. Comunicaciones integradas de marketing
  - 1.6.3. Establecimiento de la mezcla global de promoción
  - 1.6.4. Estrategias del mix de comunicación
  - 1.6.5. Promoción de ventas
  - 1.6.6. Relaciones públicas
  - 1.6.7. Ventas personales, Administración de la fuerza de ventas y Proceso de venta
  - 1.6.8. Marketing directo
  - 1.6.9. Política pública y aspectos éticos del Marketing directo

##### UNIDAD II. EL MARKETING ESTRATÉGICO

- 2.1.- La segmentación del mercado
- 2.2.- El proceso de segmentación
- 2.3.- Elección del público objetivo
- 2.4.- Diferenciación competitiva
- 2.5.- Posicionamiento

##### UNIDAD III. EL PLAN DE MARKETING

- 3.1.- Plan de Marketing
- 3.2.- Estructura y Contenidos
- 3.3.- Elaboración
- 3.4.- Implementación y seguimiento
- Anexo. Ejemplo de Plan de Marketing

#### MÓDULO II. EL MARKETING INTERNACIONAL

##### UNIDAD I.-LA ESTRATEGIA DE INTERNALIZACIÓN

###### TEMA 1: LA GLOBALIZACIÓN

- 1.1. El reto de la Globalización

1.2. Factores clave de la Globalización

TEMA 2: EL PROCESO ESTRATÉGICO DE LA INTERNALIZACIÓN

- 2.1. El camino hacia la internalización
- 2.2. Razones que impulsan la internalización
- 2.3. Ventajas de la internalización y de la competitividad
- 2.4. Las etapas de la internalización
- 2.5. El proceso estratégico de la Internalización.
- 2.6. Modelo o metodología para la Dirección estratégica internacional

TEMA 3: ANALISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL

- 3.1. El Entorno internacional.
- 3.2. Análisis de variables del entorno genérico
- 3.3. Análisis de variables del entorno específico
- 3.4. Los obstáculos a la internalización.
- 3.5. Tendencias del entorno internacional.

TEMA 4: ANALISIS INTERNO DE LA EMPRESA

- 4.1. El análisis interno de la empresa: Capacidades y recursos
- 4.2. Diagnóstico interno

TEMA 5: DIAGNÓSTICO DAFO DEL ANÁLISIS ESTRATÉGICO INTERNACIONAL

UNIDAD II.-LOS MERCADOS INTERNACIONALES

TEMA 1: LA SELECCIÓN DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES

- 1.1. La Selección de mercados en el proceso estratégico de internalización de la empresa
- 1.2. La importancia de la selección de Mercados internacionales

TEMA 2: EL PROCESO DE SELECCION

- 2.1. Proceso de filtrado y ranking
- 2.2. Adopción en la práctica de la decisión de selección de mercados exteriores

TEMA 3: METODOS DE SELECCION

- 3.1. Clasificación.
- 3.2. Métodos de agrupamiento
- 3.3. Métodos de estimación del mercado

Anexo. Método de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio (método de estimación de la demanda de importación)

UNIDAD III.-INVESTIGACIÓN EN MERCADOS INTERNACIONALES

TEMA 1: INTRODUCCION AL ESTUDIO DE MERCADOS

- 1.1. Importancia de la Investigación en las estrategias de Marketing
- 1.2. La necesidad de información para las decisiones de Marketing Internacional
- 1.3. El proceso de Investigación de mercados
- 1.4. Tipos de investigación de mercados

Anexo. Fuentes de Información Comercio Exterior

TEMA 2: TÉCNICAS DE RECOGIDA Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

- 2.1. La recogida de información
- 2.2. Fuentes de información primaria
- 2.3. Fuentes de información secundaria
- 2.4. Técnicas de análisis

- 2.5. Puntos a tener en cuenta en la Investigación
- Anexo. El uso de internet en la investigación de Mercados internacionales

#### TEMA 3: EL ESTUDIO DE MERCADOS EXTERIORES

- 3.1. Estructura de un estudio de mercado internacional
- 3.2. Reporte o Informe del Estudio de mercado internacional

ANEXO: PROYECTO DE INTERNALIZACION: EJEMPLO DE ESTUDIO

### UNIDAD IV.-LAS POLITICAS DEL MARKETING INTERNACIONAL

TEMA 1: LAS VARIABLES DEL MARKETING MIX EN EL MARKETING INTERNACIONAL

TEMA 2: POLITICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTRENACIONAL

- 2.1. Introducción a la política internacional de producto
- 2.2. La adaptación del producto al mercado
- 2.3. Desarrollo de productos para el mercado internacional
- 2.4. Estrategias internacionales para los servicios

TEMA 3: POLITICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 3.1. Introducción a la política internacional de precios
- 3.2. La determinación de los precios internacionales
- 3.3. Las estrategias de precios internacionales
  - 3.3.1. Diferentes estrategias de precios
  - 3.3.2. Diferenciación en precios
  - 3.3.3. Riesgos de precios diferentes en Mercados internacionales
  - 3.3.4. Estandarización de políticas internacionales de precios
  - 3.3.5. Proceso de toma de decisiones en las políticas de precio
- 3.4. Fijación y cálculo de precios para la Exportación
  - 3.4.1. Elementos que componen el cálculo de precios para la exportación
  - 3.4.2. Precio y condiciones de entrega: Incoterms
  - 3.4.3. Política de fijación de precios para la exportación
  - 3.4.4. Cálculo de precios para la exportación
  - 3.4.5. Elementos de la tarifa de precios

Anexo. Los Incoterms

TEMA 4: POLITICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 4.1. Introducción a la política internacional de distribución
- 4.2. Diseño y selección de Canales de distribución internacionales
- 4.3. La intermediación comercial en los mercados exteriores: figuras y modalidades de contratación
  - 4.3.1. El contrato de agencia internacional
  - 4.3.2- El contrato de distribución internacional
- 4.4. La selección de intermediarios
- 4.5. El acuerdo comercial

TEMA 5: POLITICA DE COMUNICACION Y PROMOCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 3.1. Introducción a la política internacional de Comunicación
- 3.2. Instrumentos de Comunicación en la Política internacional
  - 3.2.1. Publicidad
  - 3.2.2. Contacto / venta Personal
  - 3.2.3. Otras formas de promoción
- 3.3. La estandarización de la comunicación internacional

Anexo. Ferias internacionales

Anexo. Misiones comerciales

## BLOQUE II. COMPETENCIAS EN GESTIÓN ADUANAERA

### MODULO I: CONTEXTO DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES

#### UNIDAD 1. FUNDAMENTOS DE LA CONTRATACION DE OPERACIONES INTERNACIONALES

1. El Entorno Jurídico de las Operaciones Internacionales
2. Los Contratos internacionales
3. Principios y Clausulas generales de la contratación internacional
4. INCOTERMS -Términos internacionales del Comercio

#### UNIDAD 2. FUNDAMENTOS DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL

1. El Transporte internacional y la Logística
2. La preparación de la mercancía para el transporte
3. Envase y Embalaje
4. El Seguro del transporte
5. Los Modos de Transporte y sus Operadores

#### UNIDAD 3. EL SISTEMA ADUANERO DE LA UNION EUROPEA

1. Los Derechos aduaneros en el contexto de internacional
2. El Derecho aduanero comunitario
3. Las relaciones con la Aduana
  - 2.1. La aduana comunitaria
  - 2.2. La Agencia Tributaria Española
4. El Operador Económico Autorizado (OEA)
5. El número EORI

### MODULO II: GESTIÓN ADUANERA

#### UNIDAD 1. EL ARANCEL Y LA CLASIFICACION ARANCELARIA DE LAS MERCANCIAS

1. La Clasificación arancelaria
2. La Nomenclatura
3. El Arancel Integrado Comunitario. TARIC
4. Otras medidas arancelarias

#### UNIDAD 2. ATRIBUCIÓN DEL ORIGEN DE LAS MERCANCIAS

1. El origen de las Mercancías
2. Criterios de atribución del Origen
3. Documentos

#### UNIDAD 3. DESTINOS Y REGIMENES ADUANEROS

1. identificación y procedimiento de inclusión en un Régimen aduanero
2. Regímenes económicos y de suspensión
3. Regímenes económicos ordinarios
  - 3.1. Regimen de importación
  - 3.2. Regimen de exportación
4. Regímenes de suspensión
  - 4.1. El Deposito aduanero
  - 4.2. El Transito internacional de mercancías
  - 4.3. La importación temporal
  - 4.4. La transformación bajo control aduanero
  - 4.5. El perfeccionamiento activo y pasivo
5. Depósitos y zonas francas

#### UNIDAD 4. EL VALOR EN ADUANA DE LAS MERCANCIAS

1. El Valor en Aduana o Base imponible del Arancel de aduanas

2. Método principal de valoración: Valor de transacción
3. Criterios o métodos secundarios de valoración
4. Documentos de declaración de valor en aduanas

#### UNIDAD 5. LA DEUDA ADUANERA

1. La Deuda aduanera
2. Garantía de la deuda aduanera
3. Contracción y extinción de la deuda aduanera
4. Otra normativa aplicable a la deuda aduanera

#### UNIDAD 6. LOS IMPUESTOS EN LAS OPERACIONES INTERNACIONALES

1. El Impuesto sobre el Valor Añadido
  - 1.1. El IVA en las operaciones intracomunitarias
  - 1.2. El IVA en las operaciones con terceros países
  - 1.3. El IVA en las operaciones asimiladas a las importaciones
2. Los Impuestos Especiales

#### UNIDAD 7. GUIA DE DOCUMENTOS Y TRAMITES

1. Documentos
  - 1.1. Documentos comerciales
  - 1.2. Documentos de transporte
  - 1.3. Documento de seguro
  - 1.4. Legalización de documentos
2. Trámites tributarios/aduaneros según destino: ue/otros
  - 2.1. Union europea
  - 2.2. Resto del mundo
3. Relación de otros documentos específicos y sectoriales

#### UNIDAD 8. CASOS PRÁCTICOS DE GESTIÓN ADUANERA

- Caso práctico de cumplimentar DUA
- Caso práctico de cumplimentar INTRASTAT
- Caso práctico de Exportación: cumplimentar Certificado de Origen y DUA
- Cuaderno de casos prácticos de cálculo de valor aduanero y liquidación de aranceles, deuda aduanera, garantías e IVA

#### ANEXOS

- Anexo 1. INCOTERMS 2010
- Anexo 2. CÓDIGO ADUANERO - Reglamento
- Anexo 3. Resolución DUA
- Anexo 4. Reglamento TARIC
- Anexo 5. Resolución INTRASTAT
- Anexo 6. GLOSARIO de términos - Comercio Internacional

### BLOQUE III. PRÁCTICAS EN EMPRESAS

#### MÓDULO I. PRÁCTICAS EN EMPRESAS

##### UNIDAD 1. PRÁCTICAS ACADÉMICAS CURRICULARES (500 HORAS)

#### MÓDULO II. SEGURIDAD LABORAL PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES (CURSO BÁSICO)

##### UNIDAD 1: CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO.

- Tema 1: El trabajo y la Salud: los riesgos profesionales. Factores de riesgo
- 1.1. Introducción.

1.2. El trabajo y la salud.

Tema2: Daños derivados de trabajo. Los Accidentes de Trabajo y las Enfermedades profesionales. Otras patologías derivadas del trabajo.

- 2.1. Los riesgos laborales
- 2.2. Consecuencias de los riesgos

Tema 3: Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales. Derechos y deberes básicos en esta materia.

- 3.1. Introducción
- 3.2. Derechos y deberes básicos
- 3.3. Las directivas comunitarias
- 3.4. La legislación básica aplicable.
- 3.5. Resumen

**UNIDAD 2: RIESGOS GENERALES Y SU PREVENCIÓN.**

Tema 1: Riesgos ligados a las condiciones de Seguridad

- 1.1. Introducción
- 1.2. El lugar y la superficie de trabajo
- 1.3. Las herramientas
- 1.4. Las máquinas
- 1.5. La electricidad
- 1.6. Los incendios
- 1.7. Almacenamiento, manipulación y transporte
- 1.8. La señalización
- 1.9. Trabajos de mantenimiento
- 1.10. Resumen

Tema2: Riesgos ligados al medio-ambiente de trabajo.

- 2.1. Introducción
- 2.2. La exposición laboral a agentes químicos
- 2.3. La exposición laboral a agentes físicos
- 2.4. La exposición laboral a agentes biológicos
- 2.5. La evaluación del riesgo
- 2.6. El control del riesgo
- 2.7. Resumen

Tema 3: La carga de trabajo, la fatiga y la insatisfacción laboral.

- 3.1. Introducción
- 3.2. La carga de trabajo
- 3.3. La carga física
- 3.4. La carga mental
- 3.5. La fatiga
- 3.6. La insatisfacción laboral
- 3.7. Resumen

Tema 4: Sistemas elementales de control de riesgos. Protección colectiva e individual

- 4.1. Introducción
- 4.2. La protección de la seguridad y salud de los trabajadores en el trabajo
- 4.3. La protección colectiva
- 4.4. La protección individual
- 4.5. Clasificación de los equipos de protección individual. Formas de protección
- 4.6. Resumen

Tema 5: Nociones básicas de actuación en emergencias y evaluación

- 5.1. Introducción
- 5.2. Situación de emergencia
- 5.3. Tipos de accidentes graves
- 5.4. Clasificación de las situaciones de emergencia

- 5.5. Organización de emergencias
- 5.6. Actuaciones en un plan de emergencias inferior
- 5.7. Información de apoyo para la actuación de emergencia
- 5.8. Simulacros
- 5.9. Resumen.

Tema 6: Primeros auxilios

- 6.1. Introducción
- 6.2. Los primeros auxilios
- 6.3. La carga física
- 6.4. Activación del sistema de emergencia
- 6.5. Los eslabones en la cadena de socorro
- 6.6. Socorrismo laboral
- 6.7. Resumen

Tema 7: El control de la salud de los trabajadores.

- 7.1. Introducción
- 7.2. La vigilancia de la salud
- 7.3. La vigilancia de la salud de los trabajadores en el marco de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
- 7.4. Objetivos de la vigilancia de la salud
- 7.5. Las técnicas de la vigilancia de la salud
- 7.6. Integración de los programas de vigilancia de la salud en el programa de prevención de riesgos laborales
- 7.7. Resumen

**UNIDAD 3: ELEMENTOS BÁSICOS DE GESTIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS.**

Tema 1: Organización del trabajo preventivo: “rutinas” básicas.

- 1.1. Introducción
- 1.2. La gestión de la prevención de los riesgos laborales
- 1.3. El sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales
- 1.4. Modalidades de recursos humanos y materiales para el desarrollo de actividades preventivas
- 1.5. Resumen

Tema 2: Organismo públicos relacionados con la Seguridad y Salud en el Trabajo

- 2.1. Introducción
- 2.2. Instituciones y organismos internacionales
- 2.3. Organismos nacionales
- 2.4. Organismos de carácter autonómico
- 2.5. Resumen

## PROFESORADO

En este Curso Universitario de especialización ponemos a disposición tutores cualificados, con titulaciones universitarias de grado superior con una amplia formación acreditada, en el mundo de la gestión de las operaciones del comercio, y de la interpretación de la normativa administrativa, mercantil y fiscal aplicable al comercio internacional, y en el área de Marketing y comercial, y la negociación comercial y con una sólida y amplia experiencia en :

- el diseño de estrategias de venta, la planificación comercial, y gestión de los procesos de venta.
- la gestión de procedimientos y documentos
- la interpretación jurídica y fiscal
- la dinamización de equipos
- la negociación y resolución de conflictos
- la consultoría y formación
- la aplicación de técnicas y herramientas utilizadas en el área de conocimiento.

## METODOLOGÍA

Este curso se imparte en la modalidad a distancia bajo **metodología de aprendizaje E-Learning**.

El Modelo de formación a distancia está basado en una combinación de una acción tutorial constante por parte del equipo docente y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

La **acción tutorial** se desarrollará completamente a través del Aula Virtual de la Plataforma de aulaformacion.

El aula virtual también será el depositario de cuantas entregas se realicen de los contenidos teórico-prácticos del curso y de otra documentación complementaria (legislación, artículos,...) y de otros recursos informativos y de asesoramiento. Por ello, es necesario conectarse al Aula Virtual y realizar el seguimiento para el buen aprovechamiento del curso.

La formación a distancia se basa en un modelo de formación que no requiere la presencia física del alumno en una clase o centro de formación tradicional, lo que permite compatibilizar el aprendizaje con otras actividades, lo que le caracteriza por una gran flexibilidad en el desarrollo del curso. El alumno es quien establece sus horarios, el ritmo y el lugar de realización del curso, aunque dentro del Plan de Trabajo establecido. Por otro lado, se trata de un tipo de aprendizaje con un alto componente de autonomía que requiere la autoexigencia por parte del alumno y una buena planificación.

El autoaprendizaje es necesario a través del estudio y el trabajo individual.

## MATERIAL DIDÁCTICO

Para ayudar al alumno, además de la acción tutorial, se pone a su disposición un material didáctico con una alta calidad formativa. Este material didáctico, se pone a disposición del alumno a través del aula virtual donde además del contenido teórico práctico en formato multimedia e interactivo se encontrará con otro material complementario, foros de discusión, talleres y tareas, módulos resumen y de ejercicios en formato multimedia e interactivo, y los test de evaluación.

La **matrícula incluye**: acceso al Aula Virtual de la Plataforma y acceso permanente a los contenidos a la finalización.

## EVALUACIÓN

Para la obtención del Certificado del curso será necesario superar las tareas propuestas satisfactoriamente y los test de las unidades didácticas respondiendo correctamente a un mínimo del 70% de las preguntas formuladas en cada test. Posibilidad de recuperación de las evaluaciones suspensas.

## Cursos Universitarios de especialización con prácticas

Otros Cursos que pueden ser de tu interés con prácticas curriculares:

- Program Advanced en Liderazgo, Capacidades directivas, profesionales
- Program Advanced en Desarrollo del Talento Digital
- Program Advanced en el área de Recursos Humanos
- Program Advanced en el área de Docencia y Formación
- Program Advanced en el área de Gestión Comercial y Ventas
- Program Advanced en el área de Marketing
- Program Advanced en el área de Marketing Digital y Social Media
- Program Advanced en el área de Diseño, Contenidos y Comunicación Digital
- Program Advanced en el área de Comercio y Marketing Internacional
- Program Advanced en el área Económica y Administrativa
- Program Advanced en el área de Proyectos
- Program Advanced en el área de Calidad: gestión de la Calidad
- Program Advanced en el área de Calidad: Metodologías de la Calidad
- Program Advanced en el área de Medioambiente
- Program Advanced en el área de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Program Advanced en el área de Seguridad Alimentaria
- Program Advanced en el área de Proyectos de Software
- Program Advanced en el área de Cumplimiento Normativo
- Program Advanced en el área de Diseño Técnico
- Program Advanced en el área de Innovación y Desarrollo



Luis Tapia Aneas. Director de Aulaformacion

«La mente que se ensancha con una nueva idea, nunca vuelve a su dimensión original.» (Alvin Moscow)

**La Escuela de Calidad y Formación Empresarial** es una iniciativa promovida por **AULAFORMACION** como **Centro colaborador de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC)**, y empresa especializada en la impartición de formación a distancia a través de metodologías e-learning. Compuesta de un grupo de profesionales en los ámbitos académico y empresarial, que tiene por misión la formación en nuevas profesiones emergentes en los ámbitos de la Calidad, la Gestión, y de la Innovación empresarial.

AULAFORMACION (Aula Formación Conocimiento e Innovación S.L.) es la empresa del Grupo PM Consultores especializada en la gestión de la formación y en la aplicación de las nuevas tecnologías de la información al sector del aprendizaje y de la educación.

AULAFORMACION es Centro Colaborador de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) desde el año 2011.

**Grupo PM Consultores** [www.pmconsultores.com](http://www.pmconsultores.com) es una firma especializada en la gestión de proyectos de valor añadido en las áreas de la Gestión y Organización empresarial.

AULAFORMACION tiene por misión ser su aliado en la Formación. Disponemos de conocimiento e innovación, que queremos transmitir a nuestros clientes, a través del aprendizaje y de la Formación Empresarial para generar competitividad, mejorar habilidades personales u desarrollar capacidades profesionales.

En AULAFORMACION ofrecemos a cada persona una solución especializada de formación a distancia para su futuro. Contribuimos a que todas las personas ejerzan su derecho a tener la posibilidad de formarse a lo largo de la vida, dentro y fuera del sistema educativo, con el fin de adquirir, actualizar, completar y ampliar sus capacidades, conocimientos, habilidades, aptitudes y competencias para su desarrollo personal y profesional.

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial en la impartición de sus programas y cursos universitarios de especialización persigue la **formación en competencias** y la transformación y la **adaptación al cambio** de los diferentes perfiles profesionales, mediante la incorporación de nuevas tendencias de gestión y organización empresarial, y nuevas metodologías y herramientas.

Todos nuestros cursos están diseñados e impartidos por profesionales que trabajan en el sector de la Calidad, la Organización empresarial, la Consultoría y la Formación Empresarial y se imparten en la modalidad a distancia bajo metodología de aprendizaje E-Learning, basada en una combinación de una acción tutorial constante y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

En todo momento, el alumno en el seguimiento de la formación impartida contará con soporte y ayuda de personal cualificado, tanto en los aspectos académicos y formativos (tutorización), como de coordinación y gestión administrativa, como en el uso y aprovechamiento de los recursos y del material que se sigue e imparte en la plataforma e-Learning.

Por último la Escuela de Calidad y Formación empresarial como medida para potenciar la inserción e integración de sus alumnos al Mercado laboral complementa en sus programas formativos con la realización de **Prácticas en empresas**, con carácter voluntario. Aulaformación y la UEMC otorgan a todos aquellos que se matriculen en estos cursos con prácticas una beca de reducción de precio (precio becado).

