GUÍA DEL CURSO

ESPECIALISTA EN M-COMMERCE & VENTAS MEDIANTE MÓVIL

SEFY096

CUM LAUDE

CECAP

SEFHOR
Sociedad Española de Formación

SEFHOR
Sociedad Española de Formación

ONLINE

Tutor personal

300 Horas

Posibilidad **Estancias Formativas**

Pago a plazos

De ~~**2080**~~€ a **520€**

Metodología

En SEFHOR – Sociedad Española de Formación apostamos por un método de estudio alternativo a la metodología tradicional. En nuestra escuela de negocios es el propio alumno el encargado de organizar y establecer su plan de estudio. Este sistema le permitirá conciliar su vida laboral y familiar con la proyección de su carrera profesional.

Tutor

A lo largo de la titulación, el alumno contará con un tutor que le ofrecerá atención personalizada y un seguimiento constante de sus estudios. El estudiante siempre podrá acudir a su tutor vía correo electrónico para resolver cualquier tipo de duda, ya sea sobre el material formativo, la planificación de los estudios o referente a gestiones y trámites académicos.

Certificación

Una vez el alumno haya finalizado la formación y superado con éxito las pruebas finales, el estudiante recibirá un diploma expedido por SEFHOR – Sociedad Española de Formación que certifica que ha cursado el "**ESPECIALISTA EN M-COMMERCE & VENTAS MEDIANTE MÓVIL**". El título está avalado por nuestra condición de socios de la Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP). Además, nuestra institución educativa cuenta con el Sello Cum Laude de Emagister, distinción que nos condece el portal líder en formación gracias a las opiniones de nuestros estudiantes.

Modalidad de estudio

La titulación puede cursarse en modalidad **ONLINE**. Una vez realizada la matrícula, el alumno recibirá un e-mail de bienvenida de su tutor con las claves de acceso al campus virtual. En él, el estudiante encontrará el material didáctico necesario para realizar la formación y tendrá distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen.

TEMARIO

MÓDULO 1. COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción
2. Clasificación del comercio
3. Comercio Internacional y sus procedimientos
4. Recorrido histórico
5. El mercantilismo
6. Los períodos clásico y neoclásico
7. Situación actual (XIX-XXI)
8. Ventajas del Comercio Internacional
9. Operaciones del Comercio Internacional
10. Elementos que componen el Comercio Internacional
11. Aduanas
12. Régimen de comercio
13. Contratos y documentos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción
2. El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
3. Características del empresario individual
4. Ventajas y desventajas del empresario individual
5. La actividad habitual del comercio
6. Organización del empresario individual en la actividad contable del comercio
7. El empresario social
8. La personalidad jurídica de las sociedades
9. Tipos de sociedades
10. Nacionalidad y domicilio de las sociedades
11. Procedimiento de constitución de una sociedad española
12. Organización de la actividad contable del comercio en las sociedades mercantiles
13. Las sociedades en España y en el extranjero
14. Constitución de sucursales
15. Movilidad internacional de sociedades
16. Cooperación y concentración entre sociedades
17. Contrato de constitución de una sociedad conjunta
18. Tipos de sociedad conjunta
19. Incidencias en el derecho comunitario
20. La Sociedad Anónima Europea
21. La Sociedad Cooperativa Europea
22. Agrupación europea de interés económico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Las organizaciones internacionales
2. Concepto
3. Clasificación de las Organizaciones Internacionales
4. La personalidad de las Organizaciones internacionales
5. Los organismos especializados de las Naciones Unidas
6. El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)
7. La Organización Mundial de Comercio (OMC)
8. El Fondo Monetario Internacional (FMI)
9. El Centro de Comercio Internacional UNCTAD
10. El Consejo de Cooperación Aduanera (CCA)
11. Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)
12. La Cámara de Comercio Internacional (CCI)
13. Organizaciones Internacionales de ámbito regional
14. La Unión Europea
15. El Mercado Común del Sur (Mercosur)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR

1. Marco normativo general del comercio exterior en España
2. Régimen de las importaciones y exportaciones
3. Régimen arancelario y aduanero
4. Influencias de las disposiciones de la Unión Europea
5. Política comercial multilateral
6. MÓDULO 2. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL
7. UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL
8. La contratación internacional
9. Importancia del contrato internacional
10. Factores de riesgo en la contratación internacional
11. Los principios sobre los contratos internacionales
12. La Convención de Viena sobre compraventa internacional de mercaderías de 1980
13. Los Principios UNIDROIT
14. Principios reguladores
15. Concepto, elementos y clasificación del contrato internacional
16. Elementos principales del contrato internacional
17. Clasificación de los contratos internacionales
18. Formación del contrato
19. La oferta
20. La aceptación
21. Cumplimiento del contrato
22. Cláusulas contractuales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DETERMINACIÓN DEL RÉGIMEN JURÍDICO

1. Introducción
2. Ley aplicable al contrato internacional
3. Autorregulación por los operadores económicos
4. Armonización de la legislación estatal a través de los convenios internacionales
5. Legislación interna de cada estado
6. El Convenio de Roma de 1980 y el Reglamento de Roma I
7. Materias excluidas del ámbito de aplicación del Reglamento de Roma I
8. La Ley reguladora del contrato internacional al amparo del Reglamento de Roma I
9. El principio de autonomía de la voluntad
10. Determinación de la ley aplicable en ausencia de elección por las partes
11. Acción de las normas imperativas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. La compraventa internacional
2. Temporalidad del contrato de compraventa
3. Modalidades de compraventa
4. Excepciones en los contratos de compraventa
5. Libertades comunitarias: la libre circulación de mercancías
6. La Lex Mercatoria
7. La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional
8. Los INCOTERMS
9. Revisiones de los INCOTERMS
10. Estructura de los INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BIENES INMATERIALES Y DERECHO DE LA COMPETENCIA

1. Propiedad industrial
2. Características y modalidades
3. Normativa
4. Propiedad intelectual
5. Características, objeto y contenido
6. Normativa
7. Competencia desleal
8. Derecho de defensa de la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISTINTAS MODALIDADES DE CONTRATO

1. Contratos de intermediación comercial
2. Contratos de distribución
3. Contrato de agencia
4. Contrato de franquicia
5. Contratos de ingeniería y transferencia de tecnología
6. El transporte internacional
7. Transporte marítimo
8. Transporte aéreo
9. Transporte terrestre
10. Contratos de financiación

11. Financiación de exportaciones
12. Leasing
13. Factoring
14. Contratos de seguros
15. Seguro de crédito a la exportación
16. Contrato de seguro de transporte de mercancías

UNIDAD DIDÁCTICA 6. VÍAS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

1. Controversias en el ámbito del comercio internacional
2. Vías de jurisdicción estatal
3. Competencia judicial internacional
4. El Convenio de Bruselas de 1968
5. Eficacia de las resoluciones judiciales extranjeras
6. El arbitraje internacional
7. El Convenio de Nueva York de 10 de junio de 1958
8. Reconocimiento y ejecución de laudos arbitrales extranjeros
9. Causas para denegar la ejecución de un laudo
10. La Lex Mercatoria en el arbitraje internacional
11. El arbitraje en la realización del contrato
12. Compatibilidad entre arbitraje y la vía judicial

MÓDULO 3. TRIBUTACIÓN Y FINANCIACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL FENÓMENO DE LA DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL

1. Origen de la doble imposición internacional
2. La doble imposición internacional
3. Concepto de doble imposición internacional
4. Consecuencias de la doble imposición internacional
5. Eliminación de la doble imposición internacional
6. El método de exención
7. El método de imputación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL FLUJO DOCUMENTAL DEL COMERCIO EXTERIOR

1. Introducción
2. ¿De qué tipo de documentos estamos hablando?
3. Documentos comerciales
4. Documentos de transporte
5. Documentos de pago y seguro
6. Documentos aduaneros y fiscales
7. Documentos certificados
8. Consejos prácticos para la elaboración de documentos de comercio exterior

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

1. Introducción
2. Clasificación de los pagos
3. Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago
4. El cheque
5. Tipos de cheques
6. Sistemas de gestión de cobros de los cheques en los bancos
7. Regulación
8. Transferencias bancarias
9. Regulación de las transferencias bancarias
10. Orden de pago documentaria
11. Créditos documentarios
12. Tipos de Crédito Documentario
13. Contenidos y regulación del Crédito Documentario
14. Remesa bancaria
15. Remesa Simple
16. Remesa Documentaria

MÓDULO 4. MARKETING Y E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

1. Concepto de Marketing
2. El Marketing en la Empresa
3. Marketing estratégico
4. Marketing operativo
5. Marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING EN EL COMERCIO INTERNACIONAL (I)

1. La organización de la empresa multinacional
2. Investigación comercial en el ámbito internacional
3. Necesidad de investigación
4. Selección de mercados
5. El riesgo de realizar inversiones en países extranjeros
6. Recursos y capacidades de la propia empresa
7. Competencia
8. Precios y márgenes
9. Potencial del mercado
10. El marketing segmentado
11. Características del segmento atractivo
12. Tipos de variables para segmentar
13. Factores incontrolables. Los entornos
14. Entorno económico
15. Entorno cultural
16. Entorno político
17. Entorno legal
18. Características de la empresa internacional con éxito
19. Factores organizativos
20. Misión del Marketing internacional
21. Decisión a tomar
22. Elementos de plan de marketing internacional
23. Estrategias de marketing internacional
24. Estrategia de estandarización y estrategia de adaptación
25. Factores que favorecen la estandarización
26. Factores que favorecen la adaptación
27. Estrategias competitivas
28. Estrategias de crecimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MARKETING INTERNACIONAL (II)

1. Política internacional de producto
2. El envase
3. La etiqueta
4. La marca
5. La garantía y el servicio postventa
6. Planificación y desarrollo de productos
7. Política internacional de distribución
8. Producción como forma de entrada
9. Formas de comercialización
10. La franquicia
11. Selección de forma de entrada
12. Política internacional de comunicación
13. Barreras en la comunicación internacional
14. Ferias y exposiciones
15. Política internacional de precio
16. La determinación de los precios
17. Variables en el mercado exterior

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Concepto de comercio electrónico
3. Categorías del comercio electrónico
4. B2B: Business-to-Business (Comercio electrónico entre empresas)
5. B2C: Business-to-Custumer (Comercio electrónico entre la empresa y el consumidor)
6. ¿Qué aporta el comercio electrónico a la empresa?
7. Mejoras en la distribución
8. Comunicaciones de mercado
9. Aplicaciones de comercio electrónico en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Ventajas para los clientes
3. Ventajas para las empresas
4. Inconvenientes de comercio electrónico en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ¿CÓMO ESTAR PRESENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO?

1. Introducción
2. Elementos de una tienda on-line
3. Medios de pago
4. Tarjetas inteligentes
5. Monederos electrónicos
6. Dinero electrónico
7. Ventajas e inconvenientes de las formas de pago
8. Mecanismos de seguridad en los medios de pago electrónicos
9. Costes en instalación de las formas de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FISCALIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Incidencia en el comercio electrónico
3. Imposición directa
4. Imposición indirecta
5. Impuesto sobre valor añadido (I.V.A)
6. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD)
7. Impuestos Especiales (II.EE.)
8. Perspectiva española

MÓDULO 5. LOGÍSTICA COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Logística en la empresa

1. Introducción
2. El flujo de bienes y servicios
3. El rol de la gestión logística en el servicio al cliente
4. Logística, integración y estrategia
5. El sistema logístico
6. La empresa sin fronteras
7. ¿Cómo optimizar el flujo de bienes y servicios?
8. Planeando la logística de la empresa
9. Herramientas para mejorar la competitividad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COSTES DE INVENTARIO

10. Introducción
1. Costes de almacenamiento
2. Costes directos de almacenaje
3. Costes directos de mantenimiento
4. Costes indirectos de almacenaje y mantenimiento
5. Costes de lanzamiento del pedido
6. Costes de adquisición
7. Costes de ruptura de stock

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE INVENTARIOS

8. Introducción
9. Medida de los stocks
10. Clasificación de los materiales
11. Recuento de stocks

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN INTEGRADA DE INVENTARIOS

1. Introducción
2. Reaprovisionamiento con demanda programada
3. Técnicas de DRP: Métodos de Brown y Martin
4. Aplicación de las técnicas "DPR"

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SIMULACIÓN DINÁMICA DE ESTRATEGIAS DE REAPROVISIONAMIENTO

1. Introducción
2. Simulación dinámica de sistemas
3. Características de los procesos reales
4. Elementos de un sistema dinámico
5. Simbología
6. Software de simulación de dinámica de sistemas
7. Aplicación de las técnicas de simulación