



PROGRAMA/PENSUM DEL MÀSTER en LOGÍSTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL 60 crèdits ECTS

El programa se compone de 5 mòdulos/assignaturas:

A - LOGÍSTICA Y GESTIÓN DE LA SUPPLY CHAIN (15 crèdits ECTS)

Competitividad a través de la logística. Evolución del concepto de Logística hasta el de Supply Chain Management.

Previsión de demanda y planificación de la Producción. La función del Demand Planner dentro de la organización. Métodos cualitativos y cuantitativos de Previsión de la Demanda. Puntos de pedido. Just in time y otros sistemas. Políticas de stock y su impacto en Cash Flow.

Logística de aprovisionamiento -Outsourcing logístico- y Compras. Gestión de compras. Distribución, inventario, Logística integral. Desarrollo del pool de proveedores. Tendencias en el área de Compras.

Logística de almacén. Diseño de almacén. Sistemas de estanterías. Sistemas de manipulación en almacén. Almacenamiento y picking. Sistema de codificación EAN, recuento e inventario. Ubicación del almacén. Personal de almacén. Aplicaciones para la identificación: Código de barras y radiofrecuencia. Estándares de codificación. Envase y embalaje. Paletizado.

Logística y transporte internacional de mercancías. Vehículos. Plataformas logísticas. Contenerización y implicaciones en el transporte internacional. Transporte internacional (marítimo, aéreo, carretera, ferrocarril, intermodal). Responsabilidad legal en el transporte internacional. Seguro de transporte internacional. Infraestructuras y corredores logísticos. El papel del transitario. Gestión de flotas. Planificación de rutas. Ratios de giro. Logística inversa. Subcontratación logística. Aplicaciones tecnológicas KPIS de control, simulaciones, modelos y casos prácticos.

Global Supply Chain y E-Logistics. Costes de compras, aprovisionamiento, producción, manipulación, almacenaje y distribución física. I+d+i en la cadena de suministro; Lean logistics aplicado al cliente. Sostenibilidad en la cadena de suministro. E-commerce, E-Logistics, Big Data, la logística futura.

B - GESTIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL (15 crèdits ECTS)

Gestión administrativa-comercial. Circuito administrativo del comercio, Agentes del comercio internacional. Documentación (ofertas, proformas, pedidos, licencias, certificados, facturas, etc.), Gestión de INCOTERMS.

Gestión aduanera-fiscal. Clasificación arancelaria y origen de las mercancías, Derecho y



barreras no arancelarias a la importación, Destinos aduaneros y despacho aduanero, Regímenes aduaneros especiales, Fiscalidad a la exportación, Fiscalidad en el comercio intracomunitario.

Gestión financiera (cobros/pagos). Régimen legal de cobros/pagos internacionales, Medios internacionales de pago simples, Remesas documentarias, Ordenes de pago documentarias (CAD), Remesas electrónicas, Créditos documentarios ordinarios, Créditos documentarios especiales (stand-by, de aceptación, de negociación, transferibles, etc.).

Gestión financiera (financiación). Vías públicas de financiación, Pólizas de financiación de importaciones, Pólizas de prefinanciación y financiación de exportaciones, Descuento comercial internacional, Factoring, Forfaiting y Confirming, Seguros financieros (seguro de tipo de interés, de cambio y de crédito de exportación), Avals y garantías (garantías a primer requerimiento, avales en efectos financieros, avales ordinarios).

Gestión jurídico-contratual (Contratación internacional). Contrato de compraventa internacional, Contratos de intermediación internacional (agencia, distribución, franquicia), Contratos de transferencia de tecnología, Ultra exportación (concursos internacionales, joint ventures, sucursales y filiales.....), Responsabilidad civil internacional, Incumplimiento de contratos internacionales y sistemas de resolución de conflictos (negociación, jurisdicción y arbitraje).

C - COMERCIO INTERNACIONAL Y COYUNTURA ECONÓMICA (5 créditos ECTS)

Estructura de los mercados nacionales e internacionales y estrategias de fijación de precios. Bienes comercializables y no comercializables. La empresa frente a los efectos de la Globalización. Evolución y cambio.

Tendencias macroeconómicas y sociales internacionales. Clase media mundial. Como elaborar un informe de coyuntura económica. Marco socioeconómico global.

Economía y comercio internacional. Tipología de comercio. Instrumentos proteccionistas. Relaciones Internacionales y política comercial. Bloques comerciales y las reglas del juego del comercio. Regionalismos e Integraciones económicas. Interpretar datos comerciales y la información de web de la WTO - OMC.

Finanzas internacionales. Entorno financiero, intermediarios e instituciones. Las nuevas reglas del juego. Divisas y tipos de cambio.

Bloques comerciales, competitividad y globalización. Economías Emergentes. Comercio Exterior y Economía de la Unión Europea. Situación actual del Comercio Exterior en China, India, América Latina, Rusia, Sur -Este Asiático, Europa central y Oriental, Mediterráneo, etc.

Selección de mercados. Investigación de mercados exteriores. Selección de los mejores destinos. Detección y explotación de oportunidades. Fuentes de información y análisis de mercados exteriores (ICEX, Acció, World Economic Forum, etc.).



D - INTERNACIONALIZACIÓN Y E-COMMERCE (10 Créditos ECTS)

Dirección y Organización de la empresa internacional. Proceso de internacionalización. Análisis de los entornos. Estrategias. La globalización de los mercados. Alianzas estratégicas. Management intercultural. Estrategia de apertura de mercados Experiencias Empresariales. Fuentes de financiación en las empresas. Políticas de expansión de la empresa. Negociación bancaria internacional. Management internacional. Habilidades directivas

Estrategias de internacionalización y acceso a mercados. Marketing Mix Internacional Entorno multicultural. El impacto de la cultura en los negocios. Habilidades negociadoras. Conducta organizacional. El International Business Plan.

Marketing digital internacional. Planificación de una estrategia internacional en Internet. Buscar en Internet con efectividad. Posibles estrategias de penetración en mercados exteriores a través de Internet. La pirámide del Marketing Digital. Publicidad y posicionamiento en buscadores. Puntos clave ante la creación de una campaña a Google AdWords. Estrategia en Facebook ,Twitter, LinkedIn, Google +, etc.

E - TRABAJO FINAL DE MÁSTER EN LOGÍSTICA Y COMERCIO -BHF57-CB5@ (15 Créditos ECTS)

Para la conclusión del máster, el alumno debe realizar un Trabajo Final de Máster (TFM) que integre los conocimientos adquiridos. Este trabajo deberá presentarse en formato de artículo de investigación científica y profundizar algún aspecto tratado durante el curso incorporando una parte original. Este trabajo puede estar centrado en la visión integral de la gestión del comercio exterior, la función de logística y Supply Chain o estar basado en la experiencia laboral que tenga el alumno.