



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

barcelona
school of
management



IGLOBAL

INSTITUTO GLOBAL DE ALTOS ESTUDIOS EN CIENCIAS SOCIALES

Máster en Negocios Internacionales *International Business*

PRESENTACIÓN

Este programa da derecho a la titulación de Máster en Negocios Internacionales. *International Business* por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, con la colaboración del Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales (IGLOBAL).

Dirección

Carles Murillo y Manuel Cienfuegos

OBJETIVOS

El Máster en Negocios Internacionales. *International Business* forma especialistas con responsabilidades directivas en empresas e instituciones con vocación internacional, fomentando especialmente el espíritu emprendedor.

Al finalizar el programa, los participantes han adquirido los conocimientos y habilidades indispensables para ser capaces, entre otros aspectos, de:

- Analizar y conocer los aspectos macroeconómicos del mercado internacional.
- Diagnosticar la capacidad exportadora de la empresa.
- Identificar, analizar y desarrollar oportunidades de negocio o inversión en mercados extranjeros.
- Analizar las características de los mercados en América, Asia y Europa.
- Establecer la estrategia de presencia internacional de la empresa.
- Identificar las distintas modalidades de presencia empresarial en el exterior.
- Decidir la forma de entrada y el proceso de negociación más adecuados.
- Organizar y gestionar las actividades propias de un departamento de comercio exterior.
- Analizar y decidir el modo de transporte de mercancías, los medios de pago y la redacción de un contrato de distribución, agencia y franquicia.
- Cumplimentar un documento aduanero.
- Adquirir las habilidades necesarias para iniciar y mantener actividades empresariales en el extranjero.

DESTINATARIOS

El máster se dirige a profesionales del negocio internacional, así como a licenciados universitarios y graduados superiores, especialmente en el área de la administración de empresas, economía, derecho e ingenierías, que cuenten con experiencia profesional. A todos ellos, el curso les permite adquirir, o actualizar, los conocimientos necesarios para ejercer su actividad profesional en temas relacionados con el negocio internacional y las relaciones empresariales de alcance global.

PROFESORADO

El claustro de profesores y colaboradores está formado por profesionales con una amplia experiencia práctica en mercados internacionales, procedentes de los departamentos de economía y empresa y derecho de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), del Observatorio de Relaciones con América Latina, centro de investigación reconocido por la UPF (Orla-UPF) y de reconocidas empresas e instituciones.

Alejandro Arola

Director general en Arola Aduanas y Consignaciones. Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona. Agente de aduanas. Presidente de la Asociación de Representantes Aduaneros.

José Luis Aznar

Socio Director de Aznar Advocats. Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona. Ha sido Consultor en Comercio Internacional y Marketing de SME.

Xavier Brun

Profesor asociado de la UPF. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona. Coordinador del Máster en Mercados Financieros de la UPF Barcelona School of Management. Portfolio Manager en Solventis, AV.

Martín Miguel Brusco

Máster en Negocios Internacionales de la UPF Barcelona School of Management Ingeniero industrial por la Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Director de OLEXGLOBAL S.A.. También es representante de JEM Industrias Metalúrgicas en Argentina.

Manuel Cienfuegos

Profesor titular (acreditado como Catedrático) de Derecho Internacional Público y Derecho de la Unión Europea del Departamento de Derecho de la Universidad Pompeu Fabra. Doctor en Derecho por la UPF. Director adjunto de Observatorio de las Relaciones con América Latina (ORLA-UPF).

Susana Domingo

Responsable de emprendimiento del UPF *Business Shuttle*. Doctora en Administración de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña. Profesora asociada del

Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra. También es licenciada en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona.

David Elvira

Profesor asociado de Derecho Tributario del Departamento de Derecho de la Universidad Pompeu Fabra. Doctor en Derecho por la Universidad Pompeu Fabra. Socio en Mañá-Krier-Elvira.

Ana Carolina Franco

Licenciada en Economía por la PUCMM. Máster en Análisis Económico Aplicado por la UPF y M.A. in Economics por la Universidad de Florida. Directora de Análisis Económico, Industrial y Comercial del Ministerio de Industria y Comercio de la República Dominicana.

Maria Giné

Directora general adjunta de Arola Aduanas y Consignaciones SL, responsable del área de aduanas. Miembro del Comité Español de Expertos en Incoterms de la Cámara de Comercio Internacional. Master en Negocios Internacionales Digitales por el IDEC-UPF.

Étel Gordo

Psicóloga, coach y consultora en desarrollo de personas y organizaciones.

Tanguy Jacopin

Socio director de la consultora Global Born. Doctor en Economía Aplicada por la Universidad de la Sorbona de París. Especialista en temas de *stakeholder management*, *cross cultural management* y liderazgo.

José Luís Marín

Profesor asociado de Dirección Estratégica del departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra. Máster en Negocios Internacionales por la Universidad de Texas en Austin y MBA por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

Judith Mata

Doctora por la Universidad Ramón Llull. Gerente del Centro Mira del Institut Universitari Dexeus. Ha sido Directora general de RBA Publicaciones y de la división de Revistas del Grupo Unidad Editorial.

Carles Murillo

Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Pompeu Fabra. Director del Observatorio de las Relaciones con América Latina (ORLA-UPF). Director del Máster Universitario en Negocios Internacionales y del Máster en Dirección y Gestión del deporte en la UPF Barcelona School of Management.

M^a Isabel Pardos

Miembro del Consejo de Dirección y portavoz internacional en Litexco Group. Miembro del Consejo Editorial de la Revista Moneda Única.

Helena Ramalhino

Profesora Agregada del Departamento de Economía y Empresa de la UPF. Doctora en Investigación Operativa por la Universidad de Cornell. Master en Estadística e Investigación Operativa por la Universidad de Lisboa.

Enrique Schönberg

Consultor de estrategia e internacionalización de empresas. Socio directivo de Areaexport. Profesor del departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra.

Pere Serra

Fundador y propietario de Ganimedes Consulting. Licenciatura en Biología por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha sido Relationship manager del Departamento de Instituciones Financieras Internacionales en "LaCaixa".

Manuel Vericat

Fundador de *Bobby Coach*. *Co-active coach* en *Friendly Coaching*. Profesor del Máster universitario en Negocios Internacionales de la Universidad Pompeu Fabra.

Rolf Wiedenbrüg

Ha sido responsable de compras de SEAT (Barcelona). Manager en Recursos Humanos en Volkswagen AG, Wolfsburg. Profesor del Máster universitario en Negocios Internacionales de la Universidad Pompeu Fabra.

PROGRAMA ACADÉMICO

El Máster en Negocios Internacionales. *International Business* tiene una clara orientación práctica que se fundamenta en los siguientes aspectos:

- El contenido se aborda de forma rigurosa y académica desde una perspectiva económica y de gestión.
- Utiliza una aproximación pedagógica basada en la combinación entre la exposición conceptual y métodos eficaces de adquisición del dominio instrumental, con el análisis y discusión de casos y el aprendizaje basado en problemas reales.
- El fomento de la labor en equipo sin abandonar el trabajo individual.
- La evaluación continuada de los conocimientos adquiridos.
- Experiencias empresariales presentadas por directivos de empresas.
- El desarrollo de un juego de simulación de decisiones estratégicas de negocio.
- La adquisición de habilidades directivas y de negociación, en un entorno responsable.
- Un trabajo final del máster en el que se desarrolla un plan de internacionalización de empresa o un proyecto de emprendimiento de una *born global*.

- Constituyen el núcleo del máster el conocimiento de los mercados, el dominio práctico de las técnicas de comercio exterior, el proceso de negociación y la puesta en marcha de actividades internacionales. El ámbito geográfico de mayor interés se concreta en las materias en las que se tratan las características y oportunidades de negocio e inversión en América, Asia y Europa, con una referencia especial también a los países BRIC.

DESCRIPCIÓN DE ASIGNATURAS

ENTORNO INTERNACIONAL: Inteligencia económica y marco institucional

I. Entorno económico (presencial)

Globalización y comercio internacional. Panorama de los mercados internacionales en la actual situación económica, social y política en el mundo. Políticas comerciales y atracción de inversiones. Entorno financiero. Intermediarios e instituciones en el mercado de capitales. Mercados financieros.

II. Economía internacional

Ventajas de la especialización productiva. Ciclo de vida del producto. Las fuerzas competitivas. Políticas comerciales y de atracción de inversiones. Cooperación empresarial. Medida del sector exterior: balanza de pagos. Comercio inter e intra-industrial. Diferenciación horizontal y vertical. Gamas de calidad. Especialización y crecimiento.

III. Marco institucional de los procesos regionales de integración económica

Cooperación e integración económica. Instituciones económicas internacionales: OMC. Procesos de integración regional en el mundo. La Unión Europea. Fuentes de información *online*. Acuerdos de libre comercio con países y bloques comerciales en el mundo.

IV. Investigación de mercados y análisis sectorial

Instrumentos para el conocimiento de los mercados y sectores productivos. Fuentes de información para la investigación de mercados. Estudio de casos relativos a países, sectores, productos y servicios.

ESTRATEGIA DE LA EMPRESA INTERNACIONAL

V. Estrategia competitiva internacional (presencial)

El proceso de internacionalización. Fuentes de la ventaja competitiva. Gobierno corporativo y responsabilidad social de la empresa. Análisis externo y escenarios. Estrategias genéricas y de crecimiento. Puesta en marcha de la estrategia.

VI. Marketing internacional

Del marketing doméstico al internacional. Valor para la empresa: ¿producto o cliente? *Check-list* de la internacionalización del producto. Gestión de la marca. *Cobranding*. Distribución y creación de redes. Fijación de precios. Comunicación internacional. Elaboración del plan de marketing en la práctica, ventas y marketing.

VII. Finanzas internacionales

Estados financieros de la empresa. Finanzas corporativas. Financiación de las exportaciones e importaciones. Mercados de deuda, *equity*, divisas, futuros, opciones, *forwards*. Riesgos y coberturas. Gestión financiera de la empresa internacional. Estructura internacional de capitales y coste de capital. Inversión extranjera directa en el mundo. Inversión en cartera.

VIII. Cultura, organización de la empresa y negociación internacional

La importancia de la cultura en los negocios. La cultura como fuente de ventaja o desventaja competitiva. Simular el choque cultural. Explorando la cultura. Esferas culturales interactivas. El proceso de negociación internacional. La negociación en una economía global. Simulación de negocios internacionales en distintos entornos.

IX. Dirección internacional de los recursos humanos

La organización de la empresa internacional. Estructuras organizativas tradicionales: estructura funcional, matriz-filial y multidivisional. Sistemas de control. La empresa "*born global*" versus la empresa "internacionalizada en etapas".

X. Juego de simulación de decisiones estratégicas (*Business game*)

El juego permite entender la gestión de la empresa, desde una perspectiva holística, en sus distintas áreas funcionales. Con el juego se consiguen poner en práctica la formulación de estrategias en tres niveles: corporativo, unidad estratégica de negocios y funcional. Una vez aplicada la estrategia más adecuada, se aprende a evaluarla.

OPERATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

XI. Logística, aduanas y transporte

La logística internacional. La función logística y la logística integral. El transporte de mercancías: tipos y medios. La carga en el transporte internacional: documentación y protección jurídica. Explotación comercial del transporte. Gestión de almacenes. El sistema armonizado (HAR) de codificación. Nomenclatura combinada, código TARIC. Documentos aduaneros. Despacho de importación y exportación. Regímenes aduaneros. Barreras arancelarias: derechos e impuestos. Compraventas intracomunitarias: documento Intrastat. Regímenes comerciales de exportación.

XII. Contratos internacionales (presencial)

Incoterms. Contrato de compraventa internacional: cláusulas. Contratos de intermediación: agencia comercial y distribución. Legislación y normas imperativas: indemnización al agente al vencimiento del contrato. Contratos de franquicia. Contratos de transferencia de tecnología.

XIII. Medios de pago y fiscalidad internacional

Los medios de pago internacional. Cheques y transferencias swift. Orden de pago y remesas. Crédito documentario irrevocable. Convenios y métodos para evitar la doble imposición. Residencia, establecimiento permanente y relación filial-matriz. Tratamiento de la inversión extranjera directa.

TRANSVERSALIDAD

XIV. Habilidades directivas

Inteligencia emocional en el trabajo. Estilos de dirección. Liderazgo. Interacción personal y comunicación. Motivación. Gestión del tiempo y del estrés. Presentaciones en público. Organización de un departamento de exportación y ayudas a la internacionalización de la empresa. Cooperación entre fabricantes y subcontratación internacional. Ayudas a la internacionalización de la empresa. Creación de consorcios y grupos de exportación.

XV. Oportunidades de negocio en América (presencial)

Revisión del entorno geopolítico, económico y social de los países de América, tanto los latinoamericanos, como los del CARICOM, EEUU y Canadá. Oportunidades de negocio en la región (comercio e inversiones). Estrategias de entrada a los mercados de la región. Comercio justo. Estudio de casos.

XVI. Oportunidades de negocio con Asia y países BRIC (presencial)

La economía de los países emergentes y la generación de oportunidades de negocio. El impacto de la globalización en las economías asiáticas y países BRIC. Panorama económico, político y cultural. Sectores económicos y posibilidades de negocio (nichos de mercado). Estudio de los mercados de: entorno legal, aduanas, canales de distribución, formas de pago y estrategia de implantación. Estudio de casos relativos a empresas de cada uno de dichos países.

XVII. Oportunidades de negocio con Europa

Introducción al panorama económico, político y cultural de la Unión Europea. El perfil del consumidor europeo. Formas de entrada de productos a la UE. Creación de empresas en la UE. Canales de distribución. Nichos de mercado en Europa. Los mercados de los países del este europeo. Estudio de casos.

TESINA DEL MÁSTER

La tesina del Máster es un trabajo de investigación relativo a mercados, productos y/o empresas con actividad en el exterior. El trabajo se puede concretar alternativamente en forma de un plan internacional de negocios, una propuesta de creación de una empresa o la redacción de un caso explicando el proceso de internacionalización de una empresa. Los trabajos se llevan a cabo con el apoyo de un tutor que es uno de los profesores del claustro del máster.

DESARROLLO DEL PROGRAMA

El máster tiene una duración de aproximadamente 12 meses. Consta de 17 asignaturas, además de la tesis. Este programa se imparte en modalidad semipresencial. Las sesiones presenciales se impartirán en la sede del Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales (IGLOBAL).

El enfoque de las clases presenciales es eminentemente práctico. En primer lugar, se realiza una exposición teórica y, a continuación, se desarrollan ejercicios y supuestos prácticos.

Para la evaluación de los participantes se tendrá en cuenta la asistencia a las sesiones presenciales del plan de estudios (como mínimo un 80%), así como la participación activa en las mismas (debates, discusión de temas de actualidad, presentación de trabajos, crítica constructiva del trabajo de otros compañeros, etc). Sin embargo, la evaluación concreta de cada materia se hará en función de las necesidades de la misma y podrá tener más en cuenta unos aspectos frente a otros.

La parte presencial supone un 35% del total del programa, estos módulos son impartidos mayoritariamente en sesiones intensivas en el siguiente horario: miércoles y jueves de 6:00 p.m. a 10:00 p.m., viernes de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. y de 3:00 p.m. a 7:00 p.m., y sábado de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. Las sesiones presenciales se complementan con la utilización del Aula Global (plataforma académica para estudiantes de la UPF), como espacio de continuidad entre las sesiones presenciales. El campus, como entorno virtual de aprendizaje, ofrece múltiples recursos para facilitar la comunicación, el acceso a la información y la entrega de actividades.

El Aula Global del programa será el espacio donde los participantes encontrarán la documentación de las asignaturas, donde podrán consultar las actividades a realizar y hacer la entrega *online*, consultar las calificaciones y acceder a los calendarios del programa. El Aula Global será el espacio donde acceder a toda la información relevante para el seguimiento del programa.

La parte *online* del programa, combina el uso de la tecnología web, hipertextos y correo electrónico, permitiendo una interacción continua entre alumno y profesor.

FACILIDADES

El Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales (IGLOBAL) pone a disposición de los alumnos el acceso a la Biblioteca Juan Bosch y sus diferentes espacios: biblioteca general, hemeroteca, servicios en línea, salas de lectura y áreas de investigación, aulas, salas de reuniones y demás facilidades como Internet wireless.

En el Aula Global, accesible desde el Campus Global, el participante encontrará todos los recursos y actividades que los profesores ponen a su disposición para cada materia: lecturas, ejercicios, tareas, foros, bibliografía recomendada, etc.

Asimismo, los participantes en el programa podrán acceder a los recursos *online* disponibles en la Biblioteca de la Universidad Pompeu Fabra a través del Campus Global. La Biblioteca de la Universidad Pompeu Fabra y las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) constituyen instrumentos primordiales de apoyo a las actividades de estudio, aprendizaje e investigación.

ADMISIONES

El proceso de admisión ha sido concebido con el fin de identificar los(as) candidatos(as) más adecuados para cursar los programas de postgrado que aseguren el nivel y calidad de la convivencia y comunicación entre los participantes. El comité de admisiones valorará la formación profesional, experiencia, actitudes, aptitudes e interés de los candidatos para su admisión al postgrado. Se ofrece un número máximo de 30 plazas.

Los documentos para solicitar admisión son los siguientes:

Estudiantes de nuevo ingreso

1. Solicitud de autorización para cursar estudios de postgrado de UPF
2. Copia de título universitario apostillado (en original, no fotocopia del documento apostillado)
3. Récord de notas apostillado (en original, igual que el título)
4. Breve curriculum vitae
5. Fotocopia del pasaporte (sólo la página con sus datos)
6. Dos (2) fotografías tipo carnet (2x2)
7. Foto digital (la misma tipo carnet)
8. Pago de trámites de admisión RD\$2,500.00
9. Un juego de copias del expediente

Estos requisitos junto con un juego de copias deben ser depositados en su totalidad en la Oficina de Admisiones del IGLOBAL. No se aceptarán solicitudes incompletas.

La decisión del comité de admisiones será notificada a los candidatos por escrito vía correo electrónico y carta física, con las instrucciones necesarias para formalizar la

reserva de la plaza. Recibida la notificación, los interesados podrán iniciar el proceso de inscripción.

La admisión al programa no implica reserva definitiva de plaza. Esta se obtendrá al formalizar la inscripción abonando el importe correspondiente establecido en el calendario de pago.

RESERVA DE PLAZA Y MATRÍCULA

El importe de la matrícula es de **US\$12,000.00** o su equivalente en pesos dominicanos.

Para formalizar la inscripción, y como parte de los requisitos al inicio de cada programa, es necesario el pago del 30% del valor total de la matrícula. El restante 70% es pagadero en cuotas iguales antes de iniciar cada trimestre como requisito indispensable para poder cursar cada período académico.

Los pagos pueden realizarse a través de tarjetas de crédito o débito Visa, depósito a cuenta tanto en dólares como en pesos dominicanos y transferencias bancarias.

MÁS INFORMACIÓN

Instituto Global de Altos Estudios en Ciencias Sociales
Calle César Nicolás Penson No.127
La Esperilla, Santo Domingo
República Dominicana
Tel: 809-685-9966 Ext. 3030
Correo electrónico: admisiones@iglobal.edu.do