



Maestría en  
**Comercio Internacional**  
**Dirección Comercial y Marketing**  
**(oficial)**

---

online

**Título oficial de Universidad EUDE México.**  
**Incorporado a la Secretaría de Educación Pública conforme a su Reconocimiento de Validez Oficial**  
**de Estudios (RVOE No. 20252207)**

# Datos clave

## Maestría en Comercio Internacional, Dirección Comercial y Marketing

Comienzo del Máster  
Consultar con tu asesor  
académico

1.600 h.  
98 créditos SEP (México)  
18 meses.

Acceso al PDDI  
(Programa de Desarrollo Directivo  
Internacional)

Contenido online  
Campus Virtual.

Especialidades  
Elige complementar tu Máster  
con más de 25 especialidades.

7 idiomas  
(Inglés, Francés, Italiano, Alemán,  
Chino, Español y Neerlandés).

Asistencia al  
Acto de Graduación  
en Madrid (España)  
No incluido.Opcional



Título oficial de Universidad EUDE México + título europeo propio EUDE Business School.  
Reconocimiento de validez oficial de estudios.Incorporado a la Secretaría de Educación Pública  
conforme a su Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE No. 20252207)

# Programa

Online



1. DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA
2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
3. MARCO LEGAL LABORAL
4. DIRECCIÓN FINANCIERA
5. DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL
6. MARCO LEGAL MERCANTIL
7. ENTORNO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
8. GESTIÓN OPERATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL
9. ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN EN INTERNACIONALIZACIÓN
10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS NEGOCIOS
11. CONTRATACIÓN INTERNACIONAL
12. LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL
13. MEDIOS DE PAGO
14. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS PARA LA PLANEACIÓN DE NEGOCIOS
15. MERCADO DE DIVISAS, FINANCIACIÓN Y SEGURO DE CRÉDITO
16. INVESTIGACIÓN COMERCIAL: IMAGEN, MARCA Y REPUTACIÓN
17. MARKETING ESTRATÉGICO: CLAVES DEL MARKETING RELACIONAL
18. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS
19. PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL
20. MARKETING, AFILIACIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS
21. EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
22. INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE NEGOCIOS



## 1 DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

---

Analizar los procesos de dirección empresarial, distinguiendo los factores de motivación y liderazgo que facilitan aplicar modelos y estructuras de organización orientados por la generación de cambios en contextos de alta competitividad para el logro exitoso de las metas de la organización.

- Procesos de Dirección y Gestión de la Empresa.
- La Dirección de Empresas.
- Liderar la Empresa.
- El Cambio en las Empresas y su Gestión.
- Estructuras y Modelos Organizacionales.

## 2 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

---

Distinguir los fundamentos de la planeación estratégica y su aplicación en la dirección de la empresa mediante el diseño de estrategias competitivas y de gestión, a partir del análisis de su entorno, de los objetivos establecidos y de las acciones que instrumentan las organizaciones para alcanzarlos.

- Concepto y Evolución de la Estrategia.
- Objetivos Estratégicos de la Empresa.
- El Proceso Estratégico.
- Formulación de la Estrategia.
- Análisis Estratégico en la Dinámica de la Gestión Empresarial.
- Formación e Implementación de la Estrategia.
- Desarrollo de la Estrategia.
- El cuadro de Mando Integral (C.M.I.).

## 3 MARCO LEGAL LABORAL

---

Analizar la aplicación de los conceptos fundamentales del Derecho del Trabajo en la normatividad que rigen en las organizaciones, sus implicaciones en las responsabilidades y obligaciones de las personas y la empresa, elaborando propuestas para su correcta vigilancia y aplicación.

- Derecho Procesal del Trabajo.
- Relaciones Individuales de Trabajo.
- Condiciones De Trabajo.
- Derechos Y Obligaciones De Los Patrones Y Trabajadores.
- Relaciones Colectivas De Trabajo.
- Riesgos de Trabajo.

## 4 DIRECCIÓN FINANCIERA

---

Distinguir los fundamentos básicos de la contabilidad como elemento del control y registro de la situación financiera de las organizaciones y empresas, aplicando las herramientas del análisis financiero para el diagnóstico y la evaluación de las operaciones económicas y de finanzas con atención a criterios de eficacia y eficiencia, contextualización, fidelidad, credibilidad, confiabilidad, y homogeneidad que sustenten la toma de decisiones en la proyección empresarial.

- Introducción a la Contabilidad.
- Análisis del Patrimonio Social.
- El Método Contable.
- Cuentas Anuales.
- La Normativa Contable.
- Análisis de la Información Financiera.
- Análisis Financiero de la Empresa.
- Análisis Financiero Mediante Ratios.
- Otros Indicadores de Diagnóstico Financiero.
- Evaluación y Selección de Inversiones.
- Valoración de Empresas.

## 5 DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL

---

Identificar la importancia del desarrollo de estrategias y planificación de productos o servicios mediante el análisis del contexto de la industria o la empresa en la que opera la organización para llegar al segmento de clientes deseado.

- Marketing estratégico: Orientado al cliente
- Segmentación de Mercados
- El Análisis del Entorno y su Influencia en la Empresa
- Análisis DAFO como Herramienta Clave del Marketing Estratégico
- Posicionamiento de Mercado
- Branding
- Sistema de Dirección Comercial.
- Plan de Acción Comercial
- Gestión Eficaz del Cliente
- Plan de Ventas y su Integración en el Plan de Marketing.

## 6 MARCO LEGAL MERCANTIL

---

Analizar los conceptos jurídicos mercantiles y comerciales de una empresa, delimitando estrategias para la correcta aplicación de la normativa local, nacional e internacional del Derecho Mercantil en transacciones que beneficien a la organización y a los colaboradores.

- Generalidades.
- Acto de Comercio.
- Sujetos del Derecho Mercantil.
- Sociedades Mercantiles.
- Títulos Y Operaciones De Crédito.



## 7 ENTORNO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

---

Analizar los procesos de evolución y transformación de los modelos de negocio en marcos socioeconómicos, políticos y culturales determinados por los procesos de globalización, generando propuestas de planteamiento de oportunidades de negocio técnicamente fundamentadas.

- Geopolítica y negocios internacionales.
- Modelos de negocio.
- Modelo Canvas.
- Negocios internacionales y negociación.

## 8 GESTIÓN OPERATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

---

Distinguir las particularidades de los trámites legales, administrativos, financieros y fiscales, necesarios en origen y en destino para la gestión documental de una transacción internacional, generando soluciones para problemáticas específicas conforme al análisis de un caso de estudio.

- Operaciones del comercio internacional.
- Gestión operativa del negocio internacional.
- Financiación internacional y mercados financieros.
- Cobros y pagos en el Comercio Internacional.
- Riesgos financieros y sus coberturas.
- Gestión Operativa y Documental.

## 9 ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

---

Analizar los factores determinantes de una estrategia de exportación e internacionalización desde el campo de la mercadotecnia, precisando los indicadores económicos, los riesgos administrativos, las exigencias comunicacionales para lograr el posicionamiento de la empresa, elaborando sugerencias de estrategias fundamentadas en la solución de casos prácticos.

- Geopolítica y Negocios Internacionales.
- Investigación de un Mercado Internacional.
- Planificación de una Investigación Comercial.
- Penetración en Mercados Internacionales.

## 11 CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

---

Analizar los distintos tipos de contratos internacionales y sus formalidades de acuerdo con la naturaleza de su objeto, así como las normativas aplicables de conformidad con la actividad comercial, generando una propuesta de contrato de acuerdo con las áreas de negocio de una empresa en particular.

- Actos Mercantiles Internacionales y Normatividad.
- Contratación Internacional. Aspectos formales, sustantivos y contenciosos.
- Tipos de Contrato Internacionales.
- Requisitos básicos del contrato.
- El Contrato de Compraventa Internacional de Mercancías.

## 10 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LOS NEGOCIOS

---

Generar un proyecto de investigación producto de la aplicación de métodos y técnicas de investigación en el campo de la administración de empresas y organizaciones, partiendo de conceptualizaciones y análisis de su entorno de negocios para establecer las aproximaciones disciplinares y metodológicas que faciliten la aplicación del conocimiento en la búsqueda y consolidación de soluciones a una problemática determinada.

- Los proyectos de investigación en el entorno administrativo.
- Diseños de investigación experimental.
- Diseños de investigación en el campo de la administración de corte cuasiexperimental.

## 12 LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL

---

Elaborar una estrategia de logística y distribución internacionales conforme a las particularidades el transporte utilizado, determinando oportunidades para abatir los costos de embalaje, almacenaje y transporte de mercaderías para incrementar la competitividad de los productos de la empresa en el mercado internacional.

- Logística Global.
- Distribución Doméstica e Internacional.
- Plataformas Tecnológicas y Sistemas de Información Logística.
- Operaciones de Importación y Exportación.
- Administración de Almacén e Inventario.
- Transporte terrestre por ferrocarril.
- Transporte aéreo.
- Transporte marítimo.
- Transporte multimodal.

## 13 MEDIOS DE PAGO

---

Analizar los medios de pago generalmente aceptados en el comercio internacional, generando propuestas para casos específicos con pleno reconocimiento de la normatividad nacional o internacional aplicable.

- Medios de pago.
- Medios de pago simples.
- Medios de pago documentarios.
- Medios de Pago y Normatividad.

## 15 MERCADO DE DIVISAS, FINANCIACIÓN Y SEGURO DE CRÉDITO

---

Analizar las características del mercado de divisas, las coberturas de riesgos y seguros, así como las estrategias de financiamiento a la exportación, proponiendo una solución a un caso de estudio en el que se involucren los requerimientos de algún tipo de cobertura de riesgo.

- Mercado de Divisas.
- Cobertura del Riesgo de Cambio.
- Cobertura del Riesgo de Tipos de Interés.
- Seguros a la Exportación y Seguro de Crédito.
- Financiación a la Importación y a la Exportación.
- Financiación de Exportaciones con apoyo oficial.

## 14 INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS PARA LA PLANEACIÓN DE NEGOCIOS

---

Valorar los factores de oportunidad y riesgo en la planeación e implantación de proyectos de negocios, generando una propuesta de empresa conforme al diagnóstico de las potencialidades de los sectores dentro de un contexto determinado y la aplicación de las bases de la investigación y métodos propios del campo de las ciencias económico-administrativas.

- Plan de Negocio
- Plan Jurídico-Legal
- Plan de Marketing
- Plan de Producción y Operaciones
- Plan Económico-Financiero
- Plan Estratégico de la Compañía
- Plan de Contingencias

## 16 INVESTIGACIÓN COMERCIAL. IMAGEN, MARCA Y REPUTACIÓN

---

Aplicar estrategias de evaluación cualitativa y cuantitativa que fundamentan la toma de decisiones para la solución de problemas dentro del campo de la comunicación para el desarrollo organizacional, generando las estrategias aplicables a diferentes contextos de la actividad de la empresa.

- Proceso de Investigación de Mercados.
- Etapas en el Proceso de Investigación de Mercados.
- El Muestreo.
- Instrumentos.
- Análisis de la Información y Resultados.
- Tipos de Análisis para la Toma de Decisiones en Investigación.
- Estudio y Selección de Decisiones.
- Imagen, Marca y Reputación.

# 17

## MARKETING ESTRATÉGICO: CLAVES DEL MARKETING RELACIONAL

Elaborar un plan de marketing relacional para su desarrollo en mercados específicos, estableciendo las condiciones y características requeridas para su realización conforme a la selección de un producto o servicio que permita resaltar las ventajas competitivas de la empresa en la economía de la globalización, así como el uso intensivo de las innovaciones tecnológicas enfocadas al cliente.

- Marketing estratégico: Orientado al cliente.
- Segmentación de Mercados.
- El Análisis del Entorno y su Influencia en la Empresa.
- Marketing de clientes.
- Tipos de cliente y evolución.
- Satisfacción del cliente como base para el Marketing Relacional.

# 18

## INVESTIGACIÓN Y MÉTODOS DE ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS

Determinar los factores técnicos mínimos de la administración de negocios para generar la solución a casos específicos conforme a diferentes contextos de desarrollo social y económico, fundamentando sus propuestas conforme a la aplicación de métodos y técnicas del campo de las ciencias económico-administrativas.

- Aspectos Preliminares del Plan De Negocio
- Presentación del Proyecto
- Plan de Marketing
- Plan de Producción y Compras
- Organización y Recursos Humanos
- Área Jurídico-Fiscal
- Área Económico Financiera



## 19 PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

---

## 20 MARKETING, AFILIACIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS

---

## 21 EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

---

## 22 INVESTIGACIÓN COMERCIAL. IMAGEN, MARCA Y REPUTACIÓN

---

Diagnosticar las condiciones de negocio de las empresas conforme a sus trayectorias y contextos, aplicando las técnicas básicas de evaluación y delimitación de riesgo para generar reportes técnicos conforme a casos específicos, valorando en el desarrollo de su análisis la aplicación de métodos y técnicas del campo de las ciencias económico-administrativas.

- Resumen ejecutivo
- Estudio de mercado
- Descripción comercial y técnica
- Plan de compras
- Estructura organizativa
- Marco legal
- Evaluación del riesgo
- Conclusiones
- Bibliografía. Enlace y artículos de interés





UNIVERSIDAD  
**EUDE**