

# PROGRAMA EXPERTO

**EXPERTO EN COMERCIO INTERNACIONAL, BOLSA Y  
OPERATIVA BURSÁTIL**

**Programa Experto**

## ÍNDICE

<b>EXPERTO EN COMERCIO INTERNACIONAL, BOLSA Y OPERATIVA BURSATIL .....</b>	<b>1</b>
<b>1. CARACTERÍSTICAS .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. CARACTERÍSTICAS .....</b>	<b>4</b>
1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DEL CURSO.....	4
1.2 HORAS CERTIFICADAS, MODALIDAD .....	5
1.3 SALIDAS PROFESIONALES .....	5
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>6</b>
<b>3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN.....</b>	<b>7</b>
3.1. METODOLOGÍA .....	7
3.1.1. A distancia/ online.....	8
3.1.2. Online .....	8
3.2. EVALUACIÓN.....	8
<b>4. PROGRAMA .....</b>	<b>9</b>
ÁREA DE INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR.....	9
Módulo 1: Teoría del Comercio Internacional. ....	9
Módulo 2: La ventaja competitiva de las Naciones.....	9
Módulo 3: La Organización Mundial del Comercio (OMC).....	9
Módulo 4: Globalización económica y economías nacionales .....	9
Módulo 5: El comercio exterior en España .....	10
Módulo 6: Negociación en el entorno internacional.....	10
Anexo: Gestión y negociación en el comercio internacional: La diversidad cultural .....	10
ÁREA DE MARKETING INTERNACIONAL .....	11
Módulo 1: Introducción al comercio y al marketing ¿Por qué marketing? ¿Por qué internacional?.....	11
Módulo 2: Concepto de marketing internacional. Principios y funciones. ....	11
Módulo 3: Mercados internacionales y su entorno. ....	11
Módulo 4: Organización comercial de una empresa exportadora.....	11
Módulo 5: Estrategia y planificación comercial .....	11
Módulo 6: Investigación de mercados exteriores .....	11
Módulo 7: Exportación, fórmula de entrada y operativa internacional.....	12
Módulo 8: Las distintas variables de marketing en un contexto internacional .....	12
Módulo 9: Normalización de productos y procesos en el exterior .....	12
ÁREA DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA EMPRESA. VISIÓN INTERNACIONAL .....	12
Módulo 1: Introducción al Comercio Electrónico.....	12
Módulo 2: El Escenario Tecnológico.....	12
Módulo 3: Comercio Electrónico entre Empresas (B2B) .....	12
Módulo 4: Comercio Electrónico de Empresa a Consumidor (B2C) .....	13
Módulo 5: Modelos de Negocio en el Comercio Electrónico .....	13
Módulo 6: Mecanismos de Pago y Aspectos de Seguridad .....	13
Módulo 7: Gestión de contenidos.....	13
Módulo 8: Marketing en Internet .....	13
Módulo 9: Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico.....	14
Módulo 10: La Importancia de la Logística en el Comercio Electrónico.....	14
ÁREA DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	14
Módulo 1: Introducción: Definición del concepto de logística.....	14
Módulo 2: Logística internacional .....	14
Módulo 3: Análisis de medios de transporte .....	14
Módulo 4: Incoterms 2000 .....	15

Módulo 5: El sistema aduanero.....	15
Módulo 6: Logística internacional y nuevas tecnologías aplicadas .....	15
Módulo 7: Logística e Internet .....	15
Módulo 8: Realidad geográfica de los sistemas logísticos .....	15
ÁREA DE BOLSA Y GESTIÓN DE CARTERAS .....	16
Módulo 1: Introducción a los Mercados Financieros .....	16
Módulo 2: Análisis Fundamental.....	16
Módulo 3: El Análisis Técnico y su uso junto al Análisis Fundamental.....	16
Módulo 4: Un acercamiento a las Proyecciones. Su uso en el Análisis Fundamental y Técnico .....	16
Módulo 5: Gestión de Carteras .....	16
Módulo 6: Mercado Monetario.....	16
Módulo 7: Mercado de Renta Fija.....	17
Módulo 8: Mercado de Renta Variable .....	17
Módulo 9: Derivados .....	17
Módulo 10: Otras Inversiones .....	17
Módulo 11: El uso de los Fondos de Inversión .....	17
Módulo 12: Tácticas de operativa en la Gestión de Carteras.....	18
Módulo 13: Errores más comunes en la Inversión .....	18
Módulo 14: La Fiscalidad de las Operaciones Financieras .....	18
ÁREA DE OPERATIVA PRÁCTICA EN BOLSA .....	18
Módulo 1: Activos financieros y organización de Mercados.....	18
Módulo 2: Rentabilidad de las inversiones .....	18
Módulo 3: Gestión activa en renta variable. Análisis técnico .....	18
Módulo 4: Gestión activa en Renta Variable. Toma de decisiones .....	19
Módulo 5: Gestión pasiva en Renta Variable .....	19
Módulo 6: Gestión de Capital y Mejora de Resultados .....	19
ÁREA DE DIVISAS Y MATERIAS PRIMAS .....	19
Módulo 1: Las Divisas .....	19
Módulo 2: Petróleo .....	19
Módulo 3: Oro .....	20
Módulo 4: Materias primas agrícolas.....	20
Módulo 5: A modo de cierre .....	20
<b>5. PROFESORADO .....</b>	<b>20</b>
<b>6. CERTIFICACIÓN.....</b>	<b>20</b>
<b>7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA .....</b>	<b>21</b>
<b>8. FORMAS DE PAGO .....</b>	<b>21</b>
<b>9. CONTACTO .....</b>	<b>22</b>

## 1. CARACTERÍSTICAS

---

### 1.1 Descripción breve del curso

Cada día son más las empresas que deciden invertir en el mercado bursátil para, ya no sólo ganar beneficios, sino también notoriedad. Esta es una estrategia común en todas aquellas que persiguen posicionarse entre las primeras del país al que pertenecen y, además, de cara al exterior. En este mismo sentido, las empresas tienden cada vez más a mirar al exterior como modo de consagrarse como una de las más importantes en su sector. Y esta tendencia es el común denominador en todas aquéllas que han logrado alcanzar los primeros puestos en cuanto a su competencia.

Asimismo, la Bolsa, como actividad financiera, es un mercado donde los particulares ahorradores pueden depositar su confianza invirtiendo y comprando valores de la compañía que más se ajuste a sus expectativas económicas. Estas expectativas económicas se rigen en torno a tres conceptos clave: rentabilidad, seguridad y liquidez.

En el mundo globalizado en que nos hallamos, cualquier alteración en Bolsa supone un trastorno, ya positivo o negativo, en el contexto económico nacional-internacional. Las posibles y casi seguras consecuencias que se pudieran derivar, no sólo económicas sino de diversa índole las hemos podido lamentar en más de una ocasión como en el consabido Crack del 29 y en la última crisis mundial.

La Bolsa es, en definitiva, el termómetro de la economía de un país, susceptible a cualquier cambio. De ella depende en gran medida la estabilidad de una nación y el futuro de esta. En España, uno de los indicadores más determinantes para evaluar la economía del país es el Ibex 35, que agrupa a las 35 empresas con más liquidez del momento c considerándose así la referencia de la evolución del mercado español.

Por todo ello, este curso de Experto se presenta como una opción recomendable para especializarse dentro del ámbito empresarial en Comercio Internacional y Bolsa., con una visión eminentemente práctica de las necesidades que tiene la empresa en este apartado de internacionalización del mercado.

A esta visión práctica del comercio exterior, se añade el área de de Bolsa y Operativa Bursátil donde conoceremos los principales factores de éxito que nos permitirán operar con total seguridad y confianza en el mercado internacional de valores.

## 1.2 Horas Certificadas, Modalidad

<b>Horas Certificadas</b>	620
<b>Plazo Máximo de Realización</b>	9 meses
<b>Modalidad</b>	A distancia/ On Line

## 1.3 Salidas profesionales

**Multinacionales**, en la gestión de actividades internacionales que realizan sus departamentos comerciales, financieros, logísticos, jurídicos, y marketing; o en sus filiales y delegaciones en el exterior.

**Pequeñas y medianas empresas (pymes)**, dirigiendo y coordinando su proceso de internacionalización, y gestionando todos los aspectos relacionados con la exportación: análisis de mercados exteriores, búsqueda de clientes y distribuidores, organización de ferias, gestión del transporte, etc. desde su departamento de exportación.

**Empresas consultoras**, asesorando a sus clientes en el análisis de mercados, la definición de estrategias internacionales, o en la gestión de operaciones de exportación.

**Empresas de marketing e investigación de mercados**, desarrollando investigaciones y realizando el análisis de nuevos mercados y promocionando marcas en el mercado internacional.

**Empresas de internet**, aportando conocimientos en la comercialización de productos y servicios electrónicos en mercados internacionales, así como al desarrollo de sistemas globales de negocio a través de internet.

**Despachos de abogados**, estudiando los diversos contratos internacionales con los clientes, así como a la canalización de las inversiones en el exterior, o a la realización de propuestas en las licitaciones internacionales.

**Compañías de inspección y calidad**, teniendo en cuenta las normas y reglamentaciones nacionales e internacionales en materia de comercio y calidad, e inspeccionando su cumplimiento en las mercancías exportadas.

Como **emprendedor de tu empresa**, creando tu propia empresa para desarrollar de forma autónoma alguna de las actividades mencionadas anteriormente u otras de carácter comercial o industrial.

## 2. OBJETIVOS

---

### Área de Comercio Exterior

- Formar especialistas en comercio exterior y negocios internacionales de la economía española,
- Dotar al alumno de los conocimientos prácticos y teóricos y en las habilidades necesarias para desenvolverse en los mercados internacionales, permitiéndole plantear situaciones y tomar decisiones relacionadas con una empresa y su dimensión exterior en organización, financiación, proyección y comercialización.

### Área de Bolsa y Operativa Bursátil

- Introducir a los inversores en el conocimiento necesario para la toma de decisiones de inversión, para la correcta distribución de su patrimonio y para intervenir en los mercados financieros con unas garantías de éxito-seguridad, así como el entendimiento de los fenómenos que mueven los activos en los que depositamos nuestro patrimonio.
- Conocer la realidad de la inversión en renta variable como elemento determinante para alcanzar una buena rentabilidad, considerando tanto los

elementos de técnica como de dedicación indispensables, garantizando así su aplicación exitosa.

- Introducir a los inversores en el mercado de divisas, analizando su papel de “valor refugio” en circunstancias donde la inversión en renta variable no es la más recomendable.
- Conocer detalladamente las principales divisas, así como las materias primas más valiosas.

### 3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

---

#### 3.1. Metodología

Nuestra escuela trabaja para conseguir formar a profesionales perfectamente capacitados.

En nuestros cursos **el alumno es el verdadero protagonista** de su formación y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje.

Por ello, en cada curso el alumno cuenta con un **Tutor Personalizado** que se encarga de velar por su proceso de aprendizaje. Resolviendo sus dudas y asesorándole.

Nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica “Aprender haciendo” (“Learning by doing”).

Por eso, nuestro campus, cuenta con **herramientas de comunicación** y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, mensajería interna, correo electrónico, etc.

A continuación se detallan las dos modalidades que ofrecemos a nuestros alumnos:

### 3.1.1. A distancia/ online

Este tipo de modalidad incluye:

- Envío de material al domicilio del alumno (gastos de envíos incluidos en el precio del curso)
- Plataforma educativa: disponible las 24 horas del día, todos los días del año.

(Esta modalidad sólo está disponible para alumnos residentes en territorio español, incluido Islas Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla)

### 3.1.2. Online

Este tipo de modalidad supone la completa realización del Programa Formativo a través del Campus Virtual. Incluye toda la documentación y material didáctico necesario para la realización completa de los estudios. No precisa de traslados para evaluaciones.

## 3.2. Evaluación

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de casos prácticos. Éstos están basados en casos reales extraídos del mundo laboral, de manera que el alumno podrá aplicar los conocimientos adquiridos en su futuro trabajo o en el que ya desempeña. Una vez estudiado el material didáctico en profundidad, el alumno debe realizar todos los casos prácticos propuestos y enviarlos a su tutor personal para su corrección.

Si se cumplen con los objetivos marcados en los ejercicios y están suficientemente desarrollados, el equipo de tutorías le enviará una hoja de evaluación con aquellas anotaciones que consideren oportunas. En el caso de que la calidad de dichos ejercicios no llegue a los mínimos establecidos, los tutores se pondrán en contacto con el fin de asesorarle en su mejora.

Se dará por concluido el curso cuando se hayan superado positivamente todos los casos prácticos.

## 4. PROGRAMA

---

### ÁREA DE INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR

#### **Módulo 1: Teoría del Comercio Internacional.**

Características generales del comercio Internacional. Evolución del concepto teórico del comercio exterior. En este apartado es importante ver cómo ha evolucionado el estudio y valoración del comercio exterior a lo largo del tiempo para poder comprender su significado hoy en día.

#### **Módulo 2: La ventaja competitiva de las Naciones**

Organización Mundial del Comercio: Evolución y presente. Procesos de integración económica (UE, NAFTA, MERCOSUR, etc.). Análisis de las grandes políticas de regulación "formal" del comercio exterior internacional y estudio de los procesos de integración económica que articulan las relaciones comerciales entre países y regiones.

#### **Módulo 3: La Organización Mundial del Comercio (OMC)**

Interrelación entre globalización y comercio exterior. Ventaja competitiva de los países. Países emergentes. Europa, Estados Unidos. Resto del mundo. El fenómeno de la globalización debe ser analizado en función de los cambios que se han producido en los flujos de comercio exterior, viendo como esto ha afectado a los equilibrios existentes y ha alterado las relaciones entre países y la estructura económica internacional. Se dará prioridad al análisis de los países emergentes, ya que este grupo de países marcan las tendencias fundamentales en el ordenamiento económico de principios del siglo XXI, al tiempo que el resto de países ya se va a tratar en el apartado de los procesos de integración económica (Europa-UE, Estados Unidos-NAFTA).

#### **Módulo 4: Globalización económica y economías nacionales**

Características generales del sector. Evolución-Tendencias. Ventajas y desventajas competitivas. Análisis sectorial y geográfico. Política de comercio exterior. En este apartado se procederá al análisis de la situación del sector viendo como se está respondiendo a un entorno cambiante y de gran competitividad. En el capítulo de

“política de comercio exterior” de podrán ver todas aquellas medidas estatales o regionales asociadas al comercio exterior.

### **Módulo 5: El comercio exterior en España**

Proceso de decisión para convertirse en una empresa vinculada al comercio exterior. Estructura de la empresa. Modelos de relación con el exterior. Fortalezas y debilidades: En busca de oportunidades. En este punto nos dedicaremos a ver las principales características de la empresa española, una vez que ya hemos realizado el análisis sectorial en el capítulo 4, tratando de ver el proceso desde la aparición de la idea de internacionalización hasta lo que es el normal desarrollo diario de las actividades exteriores de la empresa.

### **Módulo 6: Negociación en el entorno internacional.**

Comercio exterior e Internet.

### **Anexo: Gestión y negociación en el comercio internacional: La diversidad cultural**

Diferencias culturales que afectan a la negociación. Diferencias culturales que afectan a la estructura de las empresas. Diferencias culturales que inciden en la organización de los mercados. Este apartado ayudará a suplir la ausencia de un área específica para estudiar las diferencias culturales y su importancia en las relaciones de comercio internacional, al mismo tiempo, aportará un cierto contexto a otras partes del temario (marketing internacional, inversión internacional, contratación internacional) que tienen un carácter más técnico pero que, no por ello, dejan de necesitar una referencia a este tipo de realidades.

## ÁREA DE MARKETING INTERNACIONAL

### **Módulo 1: Introducción al comercio y al marketing ¿Por qué marketing? ¿Por qué internacional?**

La actividad comercial. Concepto de marketing. La internacionalización de la empresa. Conjuntos geopolíticos. Globalización

### **Módulo 2: Concepto de marketing internacional. Principios y funciones.**

Definición. Nivel de madurez de una empresa exportadora. Motivaciones para acudir a mercados exteriores. Principios del marketing internacional. Funciones.

### **Módulo 3: Mercados internacionales y su entorno.**

Incertidumbres en los mercados exteriores. El entorno y los factores ambientales. Entornos económicos de los mercados exteriores

### **Módulo 4: Organización comercial de una empresa exportadora**

Etapas en la vida comercial de una empresa exportadora. Organización del departamento de comercio exterior. El responsable comercial

### **Módulo 5: Estrategia y planificación comercial**

Planificación: la clave del éxito. El proceso de planificación. Plan de marketing internacional

### **Módulo 6: Investigación de mercados exteriores**

Investigar un mercado internacional. Los dos niveles de investigación internacional. Selección de un instituto de investigación. La ficha exprés.

### **Módulo 7: Exportación, fórmula de entrada y operativa internacional**

¿Qué es exportar? Operativa y dinámica exportadora. Acceso directo, indirecto o concertado a mercados exteriores. Presentaciones de ofertas y concursos internacionales

### **Módulo 8: Las distintas variables de marketing en un contexto internacional**

Comunicación y relación con el cliente. Producto y precio

### **Módulo 9: Normalización de productos y procesos en el exterior**

Normalización. Homologación. Certificación. Normas ISO

## **ÁREA DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA EMPRESA. VISIÓN INTERNACIONAL**

### **Módulo 1: Introducción al Comercio Electrónico**

Tecnologías de la Información y la Comunicación. Definición de Comercio Electrónico. Comercio Electrónico: Elementos Fundamentales. Nuevas Oportunidades. Nuevos Retos y Posibles Dificultades. Nuevos tipos de intermediarios. Modalidades de Comercio Electrónico.

### **Módulo 2: El Escenario Tecnológico**

Evolución y Servicios en Internet. Redes. Protocolos de Comunicación en Internet. Dominios. Intranets. Extranets. Sitios Web: Estructura y Características. Lenguajes de programación web. XML. Software libre Versus Software de propietario.

### **Módulo 3: Comercio Electrónico entre Empresas (B2B)**

Definición de B2B. Tipos de Modelos de negocio en el B2B. Utilidad del B2B para las compañías. Modelo de compras (e-Procurement). Suministros (e-Purchasing). EDI como sistema de intercambio electrónico entre empresas. Marketplaces. El B2B para las Pymes. Aspectos técnicos del B2B. Mercado del B2B.

#### **Módulo 4: Comercio Electrónico de Empresa a Consumidor (B2C)**

Introducción. Necesidades y Beneficios del B2C. Soluciones para el Comercio Electrónico B2C. Tienda Virtual. Centro Comercial o Mall Virtual. Los Infomediarios y el paso a la web 2. Los Blogs: un caso especial. La web 3. Mercado del B2C. Cómo llevar a la práctica un proyecto B2C.

#### **Módulo 5: Modelos de Negocio en el Comercio Electrónico**

Introducción. El paso de la web 1.0 a web 2.0. Clasificación general de Modelos de Negocio en Internet. Clasificación de los modelos de negocio de acuerdo con los participantes. Servicios Financieros y Banca Virtual. Los 15 sitios web que han cambiado el mundo y pertenecen a web 2.0.

#### **Módulo 6: Mecanismos de Pago y Aspectos de Seguridad**

Cuestiones Generales sobre el Pago por Internet. El mecanismo de compra en el comercio electrónico. Sistemas de pago en Internet. Los sistemas de pago en el Comercio Electrónico B2B. Aspectos de seguridad de las transacciones en Internet. Condiciones necesarias para la seguridad en el comercio electrónico. Cómo funcionan los métodos de cifrado. Mecanismos de certificación y firma digital. El DNI electrónico o eDNI. Protocolos de seguridad en las transacciones: PGP, SSL y SET.

#### **Módulo 7: Gestión de contenidos**

Organización de la Información. Organizando Sitios Web. Organizaciones temáticas. Diagramas Organizativo, funcionales y de producto. Los sistemas de gestión de contenidos. Técnicas para esquematizar contenidos. Conclusiones.

#### **Módulo 8: Marketing en Internet**

Principales rasgos del marketing en Internet. Elementos de marketing en un sitio web. Características de la Publicidad en Internet. Mecanismos de promoción de un sitio web. Medición de la efectividad de la publicidad on-line. La gestión de la relación con el cliente: CRM.

## **Módulo 9: Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico**

Introducción. Los inconvenientes jurídicos de la contratación electrónica. La normativa española y comunitaria en materia de contratación electrónica. Cuestiones legales acerca de la propiedad intelectual en Internet. Consideraciones sobre Fiscalidad en Internet. La normativa en materia de protección de datos en Internet. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE).

## **Módulo 10: La Importancia de la Logística en el Comercio Electrónico**

Introducción. El comercio electrónico y sus imperativos en el ámbito de la distribución física. Las empresas que brindan servicios logísticos. Particularidades de la distribución en el comercio electrónico. Gestión de la devolución de productos.

## **ÁREA DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL**

### **Módulo 1: Introducción: Definición del concepto de logística**

Partes fundamentales de la actividad logística. Evolución del concepto de logística. Comprensión de lo qué es la actividad logística, valoración de la evolución de los sistemas logísticos hasta nuestros días para poder ver cómo se ha llegado a los actuales sistemas de organización.

### **Módulo 2: Logística internacional**

Características generales de la logística internacional. Evolución y situación actual. Una vez que se ha aclarado la definición básica del concepto de logística, pasamos al estudio de los rasgos diferenciadores de la logística internacional, observando las necesidades específicas que aparecen para este tipo de operativa, al tiempo que se puede ver la importancia de este sector en el contexto de la economía internacional.

### **Módulo 3: Análisis de medios de transporte**

Aéreo, marítimo, terrestre, ferroviario

#### **Módulo 4: Incoterms 2000**

Incoterms como herramienta para regular el transporte de mercancías. Análisis de los diferentes tipos de Incoterms y su importancia para definir la relación contractual en el transporte de mercancías (contratación internacional)

#### **Módulo 5: El sistema aduanero**

Características fundamentales del proceso aduanero. El sistema aduanero de la Unión Europea. Análisis práctico de los principales aspectos relacionados con el despacho de mercancías. Conocimiento de la estructura aduanera de la Unión Europea.

#### **Módulo 6: Logística internacional y nuevas tecnologías aplicadas**

Avances tecnológicos relacionados con el sector logístico. Tendencias y perspectivas de futuro. El sector logístico ha sido un pionero en cuanto a innovaciones tecnológicas, por todo ello se debe de analizar este apartado tan crucial para la modernización del sector, mejora de eficiencia, competitividad e impacto en el resto de los sectores que se benefician del sector logístico.

#### **Módulo 7: Logística e Internet**

Análisis de las diferentes formas de servicios logísticos relacionados con las nuevas tecnologías (B2B, B2C, E-Procurement, Market Place etc.)

#### **Módulo 8: Realidad geográfica de los sistemas logísticos**

España. Países emergentes. El futuro empresario o estudioso debe de tener una visión aproximada de la realidad del sector logístico en España, tanto desde un punto de vista práctico como en el contexto internacional de una economía globalizada. Es importante que las personas que vayan a estar en contacto con actividades de comercio exterior sean conscientes de la realidad logística de los potenciales socios comerciales, entendiendo las ventajas o desventajas que pueden afrontar en una posible situación de importación-exportación o de inversión productiva en otro país.

## ÁREA DE BOLSA Y GESTIÓN DE CARTERAS

### **Módulo 1: Introducción a los Mercados Financieros**

Concepto, funciones, características.... La importancia de su conocimiento y las claves.  
Ejercicios de Autoevaluación

### **Módulo 2: Análisis Fundamental**

Introducción al Análisis Fundamental. Flujograma del Análisis Fundamental. Información clave en los mercados: Análisis Bursátil. Factores Fundamentales: Análisis macroeconómico. El entorno financiero: aspectos macroeconómicos nacionales e internacionales. Terminología de los análisis económico-financieros. Lo que el inversor debe buscar en una Memoria. La importancia de los valores infra - analizados. Conclusiones del Análisis Fundamental

### **Módulo 3: El Análisis Técnico y su uso junto al Análisis Fundamental**

La importancia de un análisis completo. Errores de menospreciar uno de los dos análisis

### **Módulo 4: Un acercamiento a las Proyecciones. Su uso en el Análisis Fundamental y Técnico**

Introducción. La elaboración de escenarios. Datos que modifican nuestros escenarios. La importancia del uso de los escenarios: capacidad de reacción

### **Módulo 5: Gestión de Carteras**

Objetivos de la Gestión de Carteras. Tipos de Gestión: Activa y Pasiva. La Rentabilidad y el Riesgo. Teoría de Carteras y Diversificación. El concepto de Beta. Flujograma de las tomas de decisiones. Conclusiones. Claves en la configuración de una Cartera

### **Módulo 6: Mercado Monetario**

Introducción. Su importancia dentro de una Cartera Global

## **Módulo 7: Mercado de Renta Fija**

Concepto y clasificación. Mercado de Deuda Pública. Mercados de Renta Fija Privada. Obligaciones y Bonos Convertibles / Canjeables. Acciones Preferentes. Emisiones Bonificadas. Titulización de Activos. Bonos Basura. La estructura temporal de los tipos de interés. Movimientos en los precios. La importancia de los Mercados de Renta Fija dentro de una cartera global

## **Módulo 8: Mercado de Renta Variable**

Introducción. Vehículos de inversión en Renta Variable. Las Acciones. Los "Blue Chips" y los "Chicharros". Sistemas de contratación en la Bolsa española. Sistemas de contratación en la Bolsa española: Mercado de Corros. Sistemas de contratación en la Bolsa española: Mercado Electrónico (SIBE). Las Ofertas Públicas de Adquisición (OPA's). Dividendos. Las ampliaciones y reducciones de capital. Split y Contraspplit. Distintas alternativas dentro de una Cartera Global. Distribución accionarial

## **Módulo 9: Derivados**

Definición. Futuros. Las Opciones. Su importancia dentro de una cartera global. El Riesgo: Introducción a un uso de Riesgo Controlado

## **Módulo 10: Otras Inversiones**

¿Por qué no se nos suelen ofrecer? Distintas alternativas. Su importancia dentro de una cartera global

## **Módulo 11: El uso de los Fondos de Inversión**

Introducción. Clases de Instituciones de Inversión Colectiva. SIM, SIMCAV... Los Fondos de Inversión. Los Fondos Garantizados. La Inversión en mercados más inaccesibles. La Ventaja Fiscal

### **Módulo 12: Tácticas de operativa en la Gestión de Carteras**

El Efecto Diversificación. Inversiones a corto plazo. La Inversión a largo plazo frente al corto plazo. Acumulación y distribución de posiciones. Coberturas

### **Módulo 13: Errores más comunes en la Inversión**

Errores. Algunos conceptos que debemos aplicar en nuestras carteras. Consejos. Decálogo del inversor de la CNMV

### **Módulo 14: La Fiscalidad de las Operaciones Financieras**

Su importancia en la rentabilidad final y su uso para la toma de decisiones de venta. Un repaso de la fiscalidad de las operaciones financieras más habituales.

## **ÁREA DE OPERATIVA PRÁCTICA EN BOLSA**

### **Módulo 1: Activos financieros y organización de Mercados**

El dinero: Necesidad de inversión. Mercados Financieros. El mercado secundario de acciones. La inversión colectiva. Fondos de Inversión. Fondos de Inversión Cotizados (E.T.F.). Futuro Financiero. Crédito al Mercado. Contratos por Diferencias -Contract for differences (CFD). Opciones financieras.

### **Módulo 2: Rentabilidad de las inversiones**

Rendimiento de una inversión en %. Tasa Equivalente. Tasa Anual Equivalente. La Rentabilidad de la inversión en Renta Variable. Criterio a aplicar.

### **Módulo 3: Gestión activa en renta variable. Análisis técnico**

Seguimiento de las variaciones de los precios. Análisis de los movimientos de los precios. Análisis Técnico Financiero. Propiedades de los Precios. Conceptos probables. El "supuesto" primer impulso. El Segundo Impulso. El Tercer impulso. Prácticas (soluciones)

#### **Módulo 4: Gestión activa en Renta Variable. Toma de decisiones**

Inicio de la actuación. Actuación general. Criterio de actuación. Caso de Apoyo: Entrenamiento para estimación visual de la pérdida del 38.2% y 61.8%.

#### **Módulo 5: Gestión pasiva en Renta Variable**

Gestión Pasiva de las inversiones. Riesgo de la inversión a través de acciones. Inversión referenciada a índices bursátiles.

#### **Módulo 6: Gestión de Capital y Mejora de Resultados**

El precio de stop como ayuda en la gestión de capital. Mejora de rendimientos para las inversiones en gestión pasiva.

### **ÁREA DE DIVISAS Y MATERIAS PRIMAS**

#### **Módulo 1: Las Divisas**

Los grandes beneficiados por la debilidad del dólar. Los principales perjudicados por la debilidad del dólar. Papel de la FED en la debilidad del dólar y las medidas que está tomando. El papel de Asia en la debilidad del dólar. Amenazas para el dólar a medio plazo. Aspecto técnico de largo plazo del Dólar / Yen. Hipotecas multdivisas: Pros y Contras de una hipoteca en yenes. ¿Qué es el "Carry Trade" y cómo está repercutiendo al Yen con respecto a las principales divisas del mundo? Aspecto técnico de largo plazo Euro / Yen. Los grandes beneficiados de la fortaleza del Euro. Los principales perjudicados de la fortaleza del Euro. Papel del BCE en la fortaleza del Euro. Principales amenazas para el Euro a medio plazo. Aspecto técnico de largo plazo del Euro / Dólar. Operando con divisas

#### **Módulo 2: Petróleo**

Principales factores que influyen en la cotización. La OPEP y la importancia de sus decisiones. Principales amenazas para el precio del petróleo y crisis anteriores. Análisis Técnico del Petróleo a Medio/Largo plazo

### **Módulo 3: Oro**

Factores que influyen directamente en el precio del Oro. Valor Refugio en momentos de incertidumbre. Análisis técnico del Oro a medio/largo plazo

### **Módulo 4: Materias primas agrícolas**

Factores que influyen en la cotización. ¿Podemos ver continuidad en la tendencia alcista comenzada hace más de un año?

### **Módulo 5: A modo de cierre**

Diversidad de productos para sacar provecho al "rally alcista" de las materias primas. ¿Operativa diaria o de medio/largo plazo?

## **5. PROFESORADO**

---

Los contenidos de todos nuestros Masters y Cursos han sido diseñados y desarrollados por un claustro de profesores expertos en cada una de las materias, garantizando un carácter práctico y pedagógico.

Consultores senior y junior, expertos en cada área de conocimiento, son responsables de la atención a nuestro alumnado y de la actualización de los contenidos del Campus Virtual.

El grupo de tutores atiende de forma personalizada al alumno, le orienta sobre el estudio de la materia, responde a las dudas que le surjan y dinamiza la participación de estudiantes de diferentes culturas empresariales en espacios de discusión e intercambio.

## **6. CERTIFICACIÓN**

---

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá un certificado expedido por CLAY Formación Internacional y la Escuela Europea de Dirección y Empresa EUDE y

homologado por las siguientes instituciones que garantizan y certifican la calidad de nuestros estudios:

**AEEN:** Asociación Española de Escuelas de Negocios

**ANCED:** Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia

## 7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

---

Para realizar la inscripción tiene las siguientes opciones:

- Contactar a través del correo electrónico con el consultor/a que le ha enviado esta información.
- Enviar un correo a la dirección [cursos@clayformacion.com](mailto:cursos@clayformacion.com) donde indique sus datos personales para ponernos en contacto con usted.
- Si reside en España puede llamar al teléfono **902 36 73 76** pero si quiere llamarnos desde otro país tendrá que marcar **0034 923 19 19 62**.

## 8. FORMAS DE PAGO

---

Contamos con las siguientes formas de pago:

- Transferencia o ingreso bancario
- Tarjeta de crédito (pago on-line)
- Domiciliación bancaria
- Contra reembolso
- Western Union

## 9. CONTACTO

---

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

CLAY Directo (España): 902 36 73 76

International Calling: (34) 923 19 19 62

Fax: 923 13 48 80

Mediante el correo electrónico: [cursos@clayformacion.com](mailto:cursos@clayformacion.com) o el correo de su consultor/a personal.