



Organización y gestión del comercio internacional [: actualizado a las reglas INCOTERMS 2020 /

Giménez Morera, Antonio.

Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia, 2020.

Recurso Electrónico

El comercio internacional se ha convertido en una de las principales bazas de las empresas españolas para intentar paliar el déficit de demanda interna que se ha sufrido en estos últimos años. Gracias al incremento de sus exportaciones muchas de nuestras empresas han podido sobrevivir a la última crisis económica mundial que hemos sufrido [Fuente: eLibro]

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzc2OTg5NzE>

Título: Organización y gestión del comercio internacional [Recurso electrónico] : actualizado a las reglas INCOTERMS 2020 Antonio Giménez Morera, José Miguel Ferrer Arranz, Amparo Bonet Juan.

Edición: 2ª ed.

Editorial: Valencia Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia 2020.

Descripción física: 1 archivo.

Mención de serie: Manual de referencia

Bibliografía: Bibliografía: p. 195-199.

Contenido: Capítulo 1. Entorno internacional: 1.1. Introducción ; 1.2. Comercio internacional y globalización ; 1.3. Diferencias entre mercados ; 1.4. Comercio internacional y desarrollo ; 1.5. El comercio internacional en cifras. Periodo 2005-2015 ; 1.6. El sector exterior español ; 1.7. La empresa exportadora española -- Capítulo 2. Contratación internacional: 2.1. Introducción ; 2.2. Principios de los contratos internacionales ; 2.3. Características de los contratos internacionales ; 2.4. Riesgos en la ejecución de un contrato internacional ; 2.5. Validez e ineficacia del contrato ; 2.6. Documentos preparatorios para la formación de un contrato internacional -- Capítulo 3. Incoterms: 3.1. Introducción ; 3.2. Características ; 3.3. Funciones de los Incoterms ; 3.4. Exclusiones y cuestiones fuera de la órbita de los Incoterms ; 3.5. Objetivos de los Incoterms ; 3.6. Clasificación de los Incoterms ; 3.7. Descripción de los Incoterms ; 3.8. Utilización de los Incoterms ; 3.9. Cuadros resumen -- Capítulo 4. Fiscalidad internacional: 4.1. Introducción ; 4.2. El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) en el comercio internacional ; 4.3. El sistema INTRASTAT ; 4.4. Convenios internacionales para evitar la doble imposición ; 4.5. Los impuestos

especiales (IIEE) ; 4.6. La Unión Aduanera. Regímenes comerciales aplicables -- Capítulo 5. Régimen jurídico aduanero: 5.1. Aplicación del Derecho Aduanero Comunitario. Marco jurídico ; 5.2. Pilares del Derecho Aduanero Comunitario ; 5.3. Novedades en el procedimiento aduanero. Consideraciones prácticas -- Capítulo 6. Crédito oficial a la exportación y gestión del riesgo en el comercio internacional: 6.1. Introducción ; 6.2. Modalidades del crédito oficial a la exportación ; 6.3. El consenso OCDE ; 6.4. Los créditos FAD ; 6.5. Los créditos CARI ; 6.6. Gestión del riesgo en el comercio internacional -- Capítulo 7. Medios de cobro y pago internacionales: 7.1. Introducción ; 7.2. El crédito documentario ; 7.3. La orden de pago. Transferencia internacional ; 7.4. La remesa. La letra de cambio internacional y el pagaré ; 7.5. Las Reglas Uniformes de la CCI relativas a cobranzas -- Capítulo 8. Documentación asociada a las operaciones de Comercio Exterior: 8.1. Introducción ; 8.2. Utilidad de los documentos en el comercio internacional ; 8.3. Clases de documentos -- Capítulo 9. Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión internacional: 9.1. Impacto de las nuevas tecnologías en el comercio exterior ; 9.2. Gestión aduanera ; 9.3. Gestión de cobros. Nuevo esquema del crédito documentario ; 9.4. Gestión de las medidas de seguridad -- Capítulo 10. Instrumentos de apoyo a la internacionalización: 10.1. Introducción ; 10.2. El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) ; 10.3. Secretaría de Estado de Comercio Exterior ; 10.4. Compañía Española de Financiación del Desarrollo, (COFIDESSA, SME) ; 10.5. Instituto de Crédito Oficial (ICO) ; 10.6. Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación -- Capítulo 11. Márquetin internacional. Planificación comercial en mercados exteriores: 11.1. Introducción ; 11.2. Análisis interno y externo ; 11.3. Estrategia inicial ; 11.4. Marco de actividades y gama de productos ; 11.5. Soluciones estratégicas ; 11.6. Segmentación y posicionamiento ; 11.7. Plan de mercado ; 11.8. Establecimiento de objetivos

Restricciones de acceso: Acceso restringido a los usuarios de la Universidad Nebrija. Limitaciones de impresión, copia y descarga.

Detalles del sistema: Ordenador con navegador de Internet

ISBN: 9788490488553 ed. electrónica)

Materia: Comercio exterior- En línea.

Autores: Ferrer Arranz, José Miguel. Bonet Juan, Amparo.

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es