



DATOS IDENTIFICATIVOS

Gestión del comercio exterior

Asignatura	Gestión del comercio exterior			
Código	V06G270V01504			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	González López, María Isabel			
Profesorado	González López, María Isabel			
Correo-e	isabelg@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El objetivo de esta materia es ofrecer al alumno una visión pormenorizada de los aspectos básicos del comercio exterior, que debe conocer una empresa que comercializa sus productos en los mercados internacionales: condiciones de envío, medidas de política comercial, obstáculos al comercio, medidas de fomento de la exportación, gestión aduanera			

Competencias de titulación

Código			
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.		
A22	CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.		
A23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.		
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.		
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.		
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.		
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.		

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
(*)(*)Saber localizar, seleccionar y analizar la información y conocer las variables que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	A6	B3
	A22	B4
	A23	B6
		B8

Contenidos

Tema	
PARTE I. INTRODUCCIÓN	1.1 Comercio exterior, interior e internacional.
1. Conceptos básicos.	1.2 Organismos económicos internacionales.
	1.3 Operaciones empresariales internacionales. 1.4 Teoría simple de la balanza de pagos.
	1.5 La balanza de pagos de España.
2. La compraventa internacional.	2.1 El contrato de compraventa internacional de mercancías.
	2.2 Términos comerciales de la compraventa internacional (INCOTERMS).
	2.3 Las condiciones de pago.

PARTE II. FISCALIDAD Y ASPECTOS CONEXOS	3.1 Los instrumentos de protección: concepto y clasificación.
3. La protección exterior.	3.2 Descripción de los instrumentos más comunes.
	3.3 Medidas de defensa comercial.
	3.4 Regímenes comerciales de importación y exportación.
4. Arancel de aduanas.	4.1 Concepto y clasificación de los derechos arancelarios.
	4.2 La Nomenclatura Combinada y el TARIC.
	4.3 Procedimientos para determinar el valor en aduana.
	4.4 El despacho aduanero
5. El Impuesto sobre el Valor Añadido en las relaciones exteriores.	5.1 Los ajustes fiscales en frontera.
	5.2 El IVA en la importación.
	5.3 El IVA en la exportación.
PARTE III. FOMENTO DE LA EXPORTACIÓN	6.1 Organismos y programas de apoyo a la exportación en España.
6. Política de fomento de la exportación.	6.2 Instrumentos arancelarios (tráfico de perfeccionamiento activo).
	6.3 El crédito oficial a la exportación.
	6.4 El seguro de crédito a la exportación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	28	18	46
Resolución de problemas y/o ejercicios	8	10	18
Prácticas en aulas de informática	8	0	8
Seminarios	6	3	9
Trabajos tutelados	2	10	12
Foros de discusión	0	3	3
Pruebas de respuesta corta	2	0	2
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	0	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Son horas presenciales que solamente implican para los alumnos la participación planteando preguntas y debates. Se trata de ofrecer de forma resumida la teoría necesaria para llevar a cabo las demás metodologías.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejemplos prácticos y resolución de problemas que ayuden a comprender y aplicar la gestión del comercio exterior.
Prácticas en aulas de informática	Se trata de buscar en las páginas web adecuadas la información necesaria para la cumplimentación de documentos de importación, exportación, certificados...
Seminarios	Son horas presenciales para impartir temas muy prácticos y que, al principio, requieren combinar teoría con ejercicios.
Trabajos tutelados	El trabajo principal consistirá en elaborar un informe sobre la liberalización del comercio agrícola a nivel mundial y su impacto sobre las economías de los países con distintos grados de desarrollo.
Foros de discusión	Debates propuestos por los profesores o los alumnos en un foro de la plataforma faitic.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	En horario de tutorías. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.
Trabajos tutelados	En horario de tutorías. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Asistencia y participación en las clases	5
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realizados en las clases prácticas o fuera del horario de clases	5
Prácticas en aulas de informática	Prácticas realizadas en el aula de informática	5
Seminarios	Balanza de pagos y/o valor en aduana	10
Trabajos tutelados	Informe sobre la creación de una empresa mixta y otros trabajos complementarios	10
Foros de discusión	Debates en la plataforma faitic	5
Pruebas de respuesta corta	En los exámenes parciales o en el examen oficial de la asignatura	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

- Evaluación continua: los alumnos deberán aprobar al menos un examen parcial (incoterms). Para tener derecho a las pruebas parciales deben asistir a las clases (mínimo un 75%, tanto teóricas como prácticas), realizar el trabajo principal (nota mínima un 3 sobre 10) y participar en los foros de la plataforma faitic. Es necesario aprobar las dos partes (pruebas y/o examen/actividades).
 - Evaluación tradicional: los alumnos deberán aprobar el examen fijado oficialmente. Realizar también un trabajo y ejercicios prácticos solicitados por el alumno, planteados por el profesor y entregados diez días antes del examen oficial. Es obligatorio aprobar las dos partes (examen/actividades).
 - Segunda oportunidad: los alumnos en evaluación continua deberán completar las tareas y actividades exigidas en este sistema y presentarse al examen oficial con la materia de las pruebas parciales no aprobadas. Los alumnos que hayan optado por la evaluación tradicional tienen que cumplir los requisitos establecidos anteriormente para este sistema de evaluación.
-

Fuentes de información

GONZÁLEZ LÓPEZ, M.I., MARTÍNEZ, A.I. et al, Gestión del comercio exterior, 2011, ESIC, Madrid

GUISADO TATO, MANUEL, Internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados exteriores, 2002, Pirámide, D.L., Madrid

RAMBLA JOVANI, A. et al, Facbook comercio exterior, 2002, ESIC y Editorial Aranzadi, Navarra

SÁNCHEZ MUÑOZ, M.P. y LAGUNA, N., El comercio exterior de España. Teoría y práctica, 2007, Pirámide, Madrid

Páginas web recomendadas:

www.aeat.es

www.comercio.es

www.europa.eu

www.icex.es

www.unctad.org

www.wto.org

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Marketing internacional/V06G270V01603

Tributación de las operaciones comerciales/V06G270V01605

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.
