



E. U. de Estudios Empresariales

GUÍA DOCENTE

CURSO 2017/18

GUÍA DOCENTE

GUÍA DOCENTE DE LAS TITULACIONES: GRADO EN COMERCIO, MÁSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL, MÁSTER EN DIRECCIÓN DE PYMES.

UBICACIÓN

DIRECCIÓN: CALLE TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

PARA VER LA SITUACIÓN EN EL MAPA PULSE EN EL SIGUIENTE ENLACE O BIEN USE STREETVIEW. PARA ACCESO POR BUS URBANO: VITRASA

FOTOS DEL EDIFICIO CENTRAL DE La E.U.E.E Y DE La AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO A La EEI.)



COMO LLEGAR A LA ESCUELA DE EMPRESARIALES



INSTALACIONES Y SERVICIOS



EQUIPO DIRECCIÓN

DIRECTORA

D.ª CONSUELO CURRAS VALLE

SECRETARIA

D.ª MARÍA JESÚS BARSANTI VIGO

SUBDIRECTORA DE RELACIONES EXTERNAS Y ALUMNADO

D.ª Mª DEL MAR RIVEIRO PÉREZ

SUBDIRECTORA DE INTERCAMBIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES

D.ª ARACELI GONZÁLEZ Crespán

SUBDIRECTOR DE ORGANIZACIÓN ACADÉMICA

D. EMILIO GARCÍA ROSELLÓ

El Calendario del Curso Académico del Grado en Comercio impartido por la EUVE se puede consultar en su página web: <http://grado-comercio.uvigo.es/es>

Máster Universitario en Comercio Internacional

Asignaturas

Curso 1

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06M101V01101	Economía Internacional	1c	3
V06M101V01102	Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo	1c	4.5
V06M101V01103	Contabilidad y Finanzas Internacionales	1c	4.5
V06M101V01104	Gestión de Operaciones Internacionales	1c	4.5
V06M101V01105	Las TIC en el Comercio Internacional	1c	4.5
V06M101V01106	Inglés Comercial	1c	4.5
V06M101V01201	Derecho Internacional y Contratación	2c	3
V06M101V01202	Márketing Internacional	2c	4.5
V06M101V01203	Fiscalidad Internacional	2c	3
V06M101V01204	Transporte y Logística	2c	3
V06M101V01205	Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio	2c	4.5
V06M101V01206	Comunicación Profesional Internacional	2c	4.5
V06M101V01207	Practicum	2c	6
V06M101V01208	Trabajo Fin de Máster	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Economía Internacional				
Asignatura	Economía Internacional			
Código	V06M101V01101			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Méndez, Miguel Enrique			
Profesorado	Martínez Fernández, Jacobo Manuel Rodríguez Méndez, Miguel Enrique Valdés Rodríguez, Alba			
Correo-e	miguel.r@uvigo.es			
Web				
Descripción general	En esta materia se pretende introducir al alumno en los distintos aspectos del comercio mundial e internacional, los instrumentos de la política comercial y la Organización Mundial del Comercio, así como la balanza de pagos, cooperación e integración para tratar finalmente los aspectos relacionados con la empresa en cuanto a la globalización económica y el entorno.			

Competencias	
Código	
C2	(*)Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional
D1	(*)Dominio de los conceptos económicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
El estudiantado será capaz de comunicar ante un público de manera clara y sin ambigüedades los resultados de sus proyectos así como de sus ideas	C2 D1
El alumno/a será capaz de entender y comprender el ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional	C2 D1
El alumno/a dominará los conceptos económicos propios de un entorno internacional y será capaz de aplicarlos a la resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido	C2 D1

Contenidos	
Tema	
Global Megatrends.	Globalización. Global Megatrends.
Balanza de Pagos y comercio exterior	Implicaciones para los países desarrollados y en vías de desarrollo. Balanza de Pagos y comercio exterior de productos y servicios de España y Galicia. Tendencias y análisis diversos sobre la actualidad; ej. Brexit, USA y proteccionismo, tensiones en la BP y BC españolas producto de la situación global.
Otros elementos del comercio internacional.	Acuerdos de Libre Comercio (OMC/UE). Buenas prácticas.
Visión Estratégica de la Empresa Gallega.	Los diferentes bloques comerciales y los estados nación. Facilitadores y barreras generales y específicos del sistema empresarial gallego. Actuaciones estratégicas para impulsar la internacionalización del sistema empresarial gallego.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	12	12	24
Estudio de casos/análisis de situaciones	6	6	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	6	6	12
Pruebas de respuesta corta	2	25	27

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

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio con ayuda de diverso material impreso o proyectado
Estudio de casos/análisis de situaciones	Estudio de la situación actual y su repercusión en la actividad de la empresa.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del alumno bajo la supervisión del profesor.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	El profesor responsable de la actividad supervisará el desarrollo de la actividad realizada por cada alumno individualmente. Además, estará a su disposición para resolver cualquier duda durante el horario de tutorías.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de diferentes situaciones propuestas por el profesor para realizar de forma individual o en grupo.	25	D1	
Resolución de problemas y/o ejercicios	Análisis y solución de los ejercicios propuestos por el profesor durante el curso.	25	D1	
Pruebas de respuesta corta	Examen de los contenidos teóricos y prácticos de la materia	50	C2	D1

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que no hayan obtenido a través de la evaluación continua puntuación suficiente para la superación de la asignatura, pueden alcanzar dicha puntuación mediante la realización de un examen final en las fechas que se indiquen.

Los alumnos que no hayan seguido la evaluación continua pueden superar la asignatura a través de un examen final específico y puntuable de 0 a 10.

Para la segunda convocatoria se aplicarán los criterios anteriores.

Los alumnos de la modalidad no presencial deberán realizar las tareas que especifique el profesor tanto en la primera convocatoria como en la segunda, debiendo ser entregadas en la fecha fijada en el calendario oficial.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Krugman, P. y Obstfeld, M., **Economía internacional: teoría y Política**, 10, Pearson, 1012

Varios. COORDINADOR: Arteaga Ortiz, Jesús, **Manual de internacionalización**, 1, ICEX, 2013

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno/a 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.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo**

Asignatura	Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo			
Código	V06M101V01102			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	Currás Valle, María Consuelo Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Bravo Miguéns, Sara Cabanelas Lorenzo, Pablo Cabanelas Omil, José Currás Valle, María Consuelo Estévez Suárez, Gerardo Lampón Caride, Jesús Fernando Villar Ferrer, Alberto			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es ccurras@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descripción general	Esta materia ofrece una introducción a las características diferenciales que posee la dirección de empresas en un mundo fuertemente internacionalizado. Pretende asentar conceptos, metodologías y aspectos clave en la adaptación a una nueva realidad. Asimismo, favorece un acercamiento a diferentes mercados y cómo esta realidad influye directamente en la forma de hacer negocios.			

Competencias

Código	
C3	(*)Conocimiento de las técnicas de márketing utilizadas en el comercio internacional
D3	(*)Conocimiento de las técnicas de dirección y gestión comercial en un contexto global, de los diferentes mercados, y de las relaciones y estrategias económicas de carácter internacional.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Obtener las bases para poder planificar y desarrollar una estrategia comercial con coherencia en la internacionalización de la empresa.	C3 D3
Adquirir la capacidad de afrontar una investigación de mercados internacional, basada en una metodología previamente definida y utilizando unas fuentes de información reconocidas y de contrastado prestigio. Incluyendo la capacidad de tratar la información obtenida así como su presentación.	C3
Conocer los principales mercados, así como identificar los mercados potenciales, sus características, sus recursos, sus capacidades, así como a las oportunidades de negocio que tienen asociadas	C3 D3

Contenidos

Tema	
Introducción: Oportunidades y Potencialidades del Comercio Internacional	1. Introducción. 2. Por qué la internacionalización?
La función directiva y la planificación estratégica	1. Crisis actual y la internacionalización. 2. La internacionalización de la empresa. 3. Claves para el éxito.
Habilidades directivas en los mercados internacionales	1. Conceptos previos. 2. Tipificación de empresas y estilos de dirección. 3. Matriz T-H.
La internacionalización de la empresa	1. La importancia de la marca país. 2. El posicionamiento en el exterior. 3. Estrategia integrada para la internacionalización de la empresa.

El entorno internacional de los negocios	1. El contorno en el marketing internacional. 2. Análisis PESTEL.
El plan de internacionalización y el plan de marketing	1. Actitud y orientación directiva. 2. Proceso de decisión de internacionalización. 3. Marketing operativo: estrategias y tácticas para la internacionalización.
Investigación de Mercados Internacionales	1. Introducción. 2. Metodología para la evaluación y análisis de mercados. 3. Investigación de mercados exteriores
Mercados en el mundo	UE; EEUU; China; Brasil

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	15	30	45
Seminarios	10	20	30
Talleres	6	6	12
Pruebas de respuesta corta	1	9,5	10,5
Pruebas de tipo test	1	9	10
Trabajos y proyectos	0	5	5

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de las lecciones de acuerdo con la planificación del curso. Incluye preguntas, debate e intercambio de opinión.
Seminarios	Conferencias temáticas desarrolladas por expertos en la materia. Incluye exposición y un turno de discusión entre los asistentes.
Talleres	A partir de unos conceptos teóricos se resuelven situaciones reales simuladas. Importante el trabajo en equipo, la aplicación de conceptos y creatividad en las soluciones propuestas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Talleres	Consultas ante dudas en proyectos a desarrollar en talleres.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Atención a cuestiones surgidas en proyectos *colaborativos.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Sesión magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	5	C3	
Seminarios	Asistencia, actitud, participación en los seminarios.	5	C3	D3
Talleres	Resultado de la actividad desarrollada en el taller.	10	C3	D3
Pruebas de respuesta corta	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	30	C3	D3
Pruebas de tipo test	Prueba de pregunta tipo test para comprobar el seguimiento.	20	C3	D3
Trabajos y proyectos	Realización de un trabajo ligado a la internacionalización de la empresa.	30	C3	D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

Alumnos Versión Presencial|

Los alumnos que participen en la evaluación continua y no cumplan los calificaciones que le permitan alcanzar el 50% de la valoración tendrán que acudir a la convocatoria extraordinaria.

Aquellos alumnos que no cumplan una asistencia mínima del 70% tendrán que acudir al examen final, a una prueba específica de evaluación.

Alumnos Versión No Presencial|

Donde figura prueba sbobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos, son valoraciones que corresponderán a Casos prácticos.

Las pruebas tipo test tienen la misma valoración.

El resto de valoraciones corresponderán a foros u otras actividades planteadas desde el coordinador de la materia.

Para superar la materia deberán entregar todas las actividades planteadas. En caso contrario figurará como no presentado. En el espacio de teledocencia tendrán cumplida información.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

S. Tamer Cavusgil, Gary Knight, John Riesenberger, **International Business: The New Realities**, 2014,

S. Tamer Cavusgil, Gary Knight, John Riesenberger, **International business : strategy, management, and the new realities**, 2008,

Cerviño, Julio, **TEXTO IMPRESO Marketing internacional : nuevas perspectivas para un mercado globalizado**, 2006,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Márketing Internacional/V06M101V01202

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad y Finanzas Internacionales**

Asignatura	Contabilidad y Finanzas Internacionales			
Código	V06M101V01103			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Amigo Dobaño, Josefina Lucy			
Profesorado	Amigo Dobaño, Josefina Lucy María Domínguez, Silvia Pérez-Lafuente Freitas, Mónica Saez Ocejo, José Luis			
Correo-e	lamigo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La asignatura "financiación internacional" tiene por objeto que el alumno aprenda el registro contable de las operaciones relacionadas con la actividad internacional, las características de los medios de cobro y pago que hacen posibles las transacciones internacionales, así como los recursos disponibles que reducen los riesgos inherentes a los negocios internacionales: riesgos por diferencias de cambio, de insolvencia del cliente o del país, riesgos derivados de la información asimétrica, etc., así como los programas públicos de apoyo a la actividad internacional de la organización.			

Competencias

Código	
C6	(*)Conocimiento pormenorizado de las operaciones del comercio internacional, de su fundamento, sus aspectos formales, y sus efectos
D5	(*)Conocimiento de los medios internacionales de financiación y de pago, y de los procedimientos para cobertura de riesgos
D6	(*)Resolución de problemas de financiación en un entorno de información incompleta o limitada.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y ser capaz de analizar la información que aportan los informes comerciales de solvencia a fin de orientar la decisión de realizar el negocio internacional.	C6 D5 D6
Ser capaz de negociar el medio de pago que otorgue la mayor seguridad jurídica a la transacción, que haga viable el negocio internacional y que posibilite la financiación de la operación.	D5 D6
Ser capaz de negociar y formalizar líneas de financiación de exportaciones e importaciones a través de los diferentes productos financieros ofrecidos por las entidades financieras	D5 D6
Ser capaz de cubrir las diferencias de cambio que se puedan producir en las operaciones internacionales, tanto de crédito comercial como de préstamos y créditos en divisas.	D5 D6
Conocer las condiciones y prestaciones de los programas públicos de fomento a la internacionalización, así como ser capaz de visibilizar su aprovechamiento por parte de la empresa y de instrumentar los diferentes programas.	D5 D6
Conocer la normas contables internacionales y saber contabilizar las operaciones de comercio, inversión y financiación internacional, las diferencias de cambio y los precios de transferencia.	D5 D6

Contenidos

Tema	
MÓDULO INTRODUCTORIO	Introducción Contabilidad
MÓDULO 1: OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR	INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR. EL PAPEL DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS. LOS RIESGOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL
MÓDULO 2: LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES	LOS DOCUMENTOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.

MÓDULO 3: LOS DOCUMENTOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL. LOS MEDIOS DE PAGO
 LOS MEDIOS DE PAGO NO DOCUMENTARIOS. PAGOS EN EFECTIVO. NORMATIVA PREVENCIÓN BLANQUEO EL CHEQUE. LA TRANSFERENCIA.
 LOS MEDIOS DE PAGO DOCUMENTARIOS

MÓDULO 4: MECANISMOS DE FINANCIACIÓN EN EL MERCADO DE DIVISAS
 MECANISMOS DE FINANCIACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL INTRODUCCIÓN AL MERCADO DE DIVISAS.

MÓDULO 5: APOYOS A LA INTERNACIONALIZACIÓN
 EL IGAPE
 EL ICEX
 CÁMARAS DE COMERCIO

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	11	11	22
Seminarios	4	0	4
Sesión magistral	40	0	40
Pruebas de respuesta corta	1.5	45	46.5

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

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución, por parte de los alumnos, de los ejercicios o supuestos planteados por el profesor, bajo la supervisión del docente.
Seminarios	Asistencia por parte del alumno a jornadas, seminarios o conferencias impartidas por expertos en la materia.
Sesión magistral	Exposición, por parte del profesor, de contenidos teóricos y prácticos relacionados con la materia

Atención personalizada

Metodologías Descripción

Sesión magistral Tiempo dedicado a la resolución de dudas de la materia de un modo grupal; profesor-alumnos en el aula.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Sesión magistral	Valoración de la asistencia y participación del alumno en clase	10	C6	D5 D6
Pruebas de respuesta corta	Calificación obtenida por el alumno en las pruebas de respuesta corta que planteen los profesores	90	C6	D5 D6

Otros comentarios sobre la Evaluación

Dado el carácter mixto del master (presencial y a distancia) y también para hacer compatible la vida laboral y personal con la formación, es conveniente implementar sistemas de evaluación que permitan superar la asignatura a aquellos alumnos que no asistan regularmente a clase. Es por ello que el sistema de evaluación cambia ligeramente en función del tipo de enseñanza (presencial o a distancia) y establece un sistema de evaluación complementario que permite la superación de la asignatura a aquellos alumnos que no asistan regularmente a clase.

1.- ENSEÑANZA PRESENCIAL

1.1.- EVALUACIÓN CONTINUA

El alumno deberá superar todas las pruebas periódicas y realizar todos los trabajos, actividades o ejercicios que propongan los profesores de la asignatura a lo largo del curso, lo cual computará el 90% de la nota.

La nota media obtenida en dichas pruebas se incrementará en hasta un punto (10% de la nota final) si la asistencia participativa a sesiones magistrales, seminarios y resolución de problemas y ejercicios iguala o supera el 80% del total.

1. 2.- EXAMEN FINAL

El alumno que no haya superado o realizado alguna de las pruebas periódicas o alguno de los trabajos, actividades o ejercicios, deberá presentarse a los exámenes finales de la asignatura en las fechas que establezca la comisión académica del master.

En ellos deberá entregar los trabajos o actividades pendientes y realizar las pruebas no aprobadas a lo largo del curso,

pudiendo conservar las notas de las pruebas superadas y de los trabajos o actividades realizados a lo largo del curso. La nota final se calculará exclusivamente en base a las calificaciones obtenidas en las pruebas, actividades y trabajos.

2.- ENSEÑANZA A DISTANCIA

2. 1.- EVALUACIÓN CONTINUA

El alumno deberá superar todas las pruebas periódicas y realizar todos los trabajos, actividades o ejercicios que propongan los profesores de la asignatura a lo largo del curso.

2. 2.- EXAMEN FINAL

El alumno que no haya superado o realizado alguna de las pruebas periódicas o alguno de los trabajos, actividades o ejercicios, deberá realizar los exámenes finales de la asignatura en las fechas que establezca la comisión académica del master.

En ellos deberá entregar los trabajos o actividades pendientes y realizar las pruebas no aprobadas a lo largo del curso, pudiendo conservar las notas de las pruebas superadas y de los trabajos o actividades realizados a lo largo del curso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Luis Costa, Luis y Font, Montserrat, **Divisas y Riesgos de Cambio**, 2004,

Serantes, Pedro, **Gestión Financiera del Comercio Exterior**, 1999,

Hernández Muñoz, Lázaro, **Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional**, 2003,

Chabert Fonts, Joan, **Manual de comercio exterior**, 2005,

varios, **Notas técnicas de los profesores de la asignatura**,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Gestión de Operaciones Internacionales				
Asignatura	Gestión de Operaciones Internacionales			
Código	V06M101V01104			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	González López, María Isabel Díaz-Becerra Martínez, Ana María			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María González López, María Isabel Roca Aymar, José Luis Rocha Rodríguez, Pablo			
Correo-e	isabelg@uvigo.es anadiazbm@gmail.com			
Web	http://mcinternacional.uvigo.es/es			
Descripción general	(*)En esta materia se pretende dar a conocer al alumno los fundamentos de las operaciones internacionales. En concreto, se trata de proporcionar los conocimientos básicos sobre la gestión de la exportación e importación, las técnicas y procedimientos que permitan resolver los problemas que se pueden plantear en el ámbito de las operaciones internacionales.			

Competencias	
Código	
C6	(*)Conocimiento pormenorizado de las operaciones del comercio internacional, de su fundamento, sus aspectos formales, y sus efectos
D9	(*)Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación
D10	(*)Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)Resolución de problemas prácticos de tributación en las operaciones de comercio internacional.	D9
(*)Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación	C6 D9 D10
(*)Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional	C6 D9 D10

Contenidos	
Tema	
Tema 1. Las operaciones empresariales internacionales	1.1 Concepto y clasificación 1.2 Operaciones sin gestión extranjera 1.3 Operaciones con gestión extranjera
Tema 2. La importación y exportación de mercancías	2.1 Importación, introducción y adquisición intracomunitaria 2.2 Exportación, expedición y entrega intracomunitaria 2.3 Contrato de compraventa internacional: el arbitraje comercial 2.4 Política comercial
Tema 3. Gestión aduanera	3.1 Aduanas 3.2 Análisis y manejo del TARIC 3.3 Despacho aduanero 3.4 Operaciones intracomunitarias: INTRASTAT 3.5 Regímenes Económicos Aduaneros

Tema 4. Licitaciones públicas internacionales	4.1 Organismos multilaterales de desarrollo 4.2 Licitaciones públicas internacionales 4.3 El proceso de licitación
Tema 5. Las alianzas estratégicas internacionales y sus operaciones	5.1 Acuerdos de cooperación empresarial 5.2 Clases de acuerdos 5.3 Ventajas y desventajas 5.4 Principales operaciones: joint ventures
Tema 6. Servicios internacionales	6.1 La importancia de los servicios en el comercio internacional 6.2 Transporte y logística 6.3 Actividades aseguradoras 6.4 Otros servicios

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas en aulas de informática	12	0	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	9	3	12
Trabajos tutelados	3	26.5	29.5
Otros	0	3	3
Foros de discusión	0	5	5
Sesión magistral	12	6	18
Pruebas de respuesta corta	2	20	22
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	10	11

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

Metodologías

	Descripción
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...
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejemplos prácticos y resolución de problemas que ayuden a comprender y aplicar la materia impartida en las clases magistrales.
Trabajos tutelados	Elaborar un informe para la puesta en marcha de una empresa mixta española en un país latinoamericano y una tarea complementaria sobre política comercial. Trabajo sobre Licitaciones Públicas Internacionales.
Otros	Webinar
Foros de discusión	Participación en foros abiertos en la plataforma faitic. Pueden ser también foros de aprendizaje que pueden dar o no lugar a un debate.
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 metodologías indicadas anteriormente.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	En el horario de tutorías y/o acordado con el alumno/a.
Prácticas en aulas de informática	En el horario acordado entre el conferenciante y el alumno/a.
Resolución de problemas y/o ejercicios	En el horario de tutorías y/o acordado con el alumno/a. En el horario acordado entre el conferenciante y el alumno/a.
Trabajos tutelados	En el horario de tutorías y/o acordado con los alumnos. En el horario acordado entre el conferenciante y los alumnos. A través del correo electrónico o faitic.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Prácticas en aulas de informática	Asistencia y participación en las clases	7	D9 D10
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realizados en las horas de trabajo personal de los alumnos	3	D9 D10
Trabajos tutelados	Elaborar informes sobre operaciones derivadas de alianzas internacionales (creación de una empresa mixta...) y otras tareas complementarias (trabajo LPI y foros)	40	C6 D9 D10
Sesión magistral	Asistencia y participación en las clases	10	C6 D9 D10

Pruebas de respuesta corta	En pruebas parciales y/o en el examen oficial de la materia	20	C6	D9
Resolución de problemas y/o ejercicios	En pruebas parciales y/o en el examen oficial de la materia	20	C6	D9 D10

Otros comentarios sobre la Evaluación

Presencial:

Es requisito indispensable para la evaluación continua asistir como mínimo al 70% de las horas de aula. También participar en las actividades de la materia, tales como trabajos, ejercicios, foros y otras tareas propuestas por los profesores y/o conferenciantes. Para aprobar la asignatura es necesario superar el 50% en el examen o exámenes y un 40% en las actividades realizadas en las HTA, teniendo en cuenta que la calificación final será un 5 sobre 10.

Reparto de la calificación de las actividades por temas:

Temas 1, 2, 5 y 6: 40%

Tema 3 Gestión aduanera: 40%

Tema 4 Licitaciones públicas internacionales: 20%

Los alumnos que no hayan superado la asignatura o no cumplan los requisitos de la evaluación continua deberán utilizar la **segunda oportunidad** en julio. Los primeros realizarán durante el mes de junio las tareas que no hayan presentado o la nota haya sido insuficiente y/o el examen de julio. Los segundos tendrán que presentar diez días antes del examen oficial los trabajos que se les asignen, mínimo dos, solicitados previamente a través de la plataforma faitic antes del 1 de mayo de 2017. Deben aprobar por separado el examen y los trabajos.

Virtual:

Cumplen los requisitos de la evaluación continua los alumnos que realicen las actividades de cuatro módulos y aprueben tres. También es obligatorio participar en los foros y obtener una nota superior al 4 en el examen final. Las actividades tienen una puntuación máxima del 60%. En caso de necesitar la **segunda oportunidad** (julio) deben solicitar, antes del 31 de mayo de 2017, las tareas de los módulos en los que hayan obtenido una calificación insuficiente y/o realizar el examen final.

Reparto de la calificación de las actividades incluyendo la participación en los foros:

Módulos 1 y 2: 20%

Módulos 3 y 4: 20%

Módulos 5: 20%

Módulos 6: No es obligatorio. Sube la nota del examen (máximo 1 punto)

Los alumnos que no cumplan los requisitos de la evaluación continua deberán acogerse a la **segunda oportunidad**, distinguiendo dos situaciones:

- Si han realizado actividades sin alcanzar el mínimo exigido en la evaluación continua: realizarán una tarea por cada módulo que no hayan superado, que solicitarán antes del 31 de mayo de 2017 y/o un examen final.

- Los demás alumnos deben ponerse en contacto con los profesores responsables de la materia antes del 1 de mayo de 2017 para que se les asignen las tareas a realizar, que serán como mínimo 5 actividades y un examen final.

Para aprobar esta asignatura la calificación será, en todas las modalidades y oportunidades, un 5 sobre 10.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

GONZÁLEZ LÓPEZ, M.I., MARTÍNEZ, A.I. et al, **Gestión del comercio exterior de la empresa**, 2014,

GUISADO TATO, MANUEL, **Internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados exteriores**, 2002,

ROCA AYMAR, J.L., **El arbitraje comercial internacional**, 2006,

Bibliografía Complementaria

SÁNCHEZ MUÑOZ, M.P. y LAGUNA, N., **El comercio exterior de España. Teoría y práctica**, 2012,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Derecho Internacional y Contratación/V06M101V01201
Fiscalidad Internacional/V06M101V01203
Márketing Internacional/V06M101V01202
Transporte y Logística/V06M101V01204

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo/V06M101V01102
Economía Internacional/V06M101V01101

DATOS IDENTIFICATIVOS**Las TIC en el Comercio Internacional**

Asignatura	Las TIC en el Comercio Internacional			
Código	V06M101V01105			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio			
Profesorado	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	erosello@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es/			
Descripción general				

Competencias

Código	
C9	(*)Conocimiento aplicado de las herramientas informáticas necesarias en el comercio internacional
D16	(*)Conocimiento de las distintas aplicaciones informáticas, diseño y construcción de páginas web, y de las técnicas adecuadas para el comercio electrónico
D17	(*)Obtención de información en Internet
D18	(*)Análisis crítico de hardware y software, elección de arquitecturas, sistemas, equipos y programas

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento aplicado de los aspectos más relevantes de las tecnologías de la información y las comunicaciones que resultan de utilidad en la actividad profesional en el entorno del comercio internacional. Capacidad para organizar la información en contextos de complejidad baja. Utilizar y valorar fuentes de información en la Red. Conocer los fundamentos de la Web y utilizar herramientas online para el diseño de sitios . Utilizar y valorar soluciones basadas en cloud computing y SaaS de utilidad en la actividad comercial.	C9 D16 D17 D18

Contenidos

Tema	
1. Introducción a las herramientas informáticas en el comercio internacional.	Las herramientas informáticas y su utilidad en el comercio internacional. Tipos y funciones de las herramientas basadas en TIC.
2. Análisis y tratamiento de datos.	Uso avanzado de hojas de cálculo. Introducción a las bases de datos. Herramientas de presentación de la información.
3. Fundamentos básicos de Internet.	Aspectos técnicos. Correo electrónico. La Web. Búsqueda de información en Internet. Fuentes. Calidad de la información.
4.Herramientas online. Cloud computing. SaaS (Software as a Service).	Herramientas online para el tratamiento de datos y la creación de documentos. Herramientas de soporte al trabajo en grupo en entornos virtuales. Herramientas online para la gestión y el comercio.
5. Seguridad de la información. Herramientas y técnicas de protección de los sistemas informáticos.	Introducción a la seguridad de los sistemas TIC. Técnicas y herramientas básicas.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	10	22.6	32.6
Resolución de problemas y/o ejercicios	18	37.8	55.8
Sesión magistral	7	14	21

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

Metodologías	
	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de un hecho, problema o situación real o ficticio (pero realista) con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo y/o generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, debatirlo, diagnosticarlo y/o entrenarse en procedimientos alternativos de solución. Actividad individual o en grupo.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de trabajos de manera individual o grupal, planteados durante las horas presenciales. Pueden requerir que el/la estudiante tenga que documentarse, reflexionar, y o resolver problemas.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	El alumno tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases de resolución de problemas, de casos de estudio y debate, y del control regular del trabajo realizado.
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases de resolución de problemas, de casos de estudio y debate, y del control regular del trabajo realizado.
Pruebas	Descripción
Otras	El alumno tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases de resolución de problemas, de casos de estudio y debate, y del control regular del trabajo realizado.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se evaluarán los trabajos elaborados por los alumnos, de manera individual o grupal, en las actividades de estudio, análisis y debate de casos, situaciones y problemas.	30	C9	D16 D17 D18
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se evaluarán los trabajos elaborados por los alumnos, de manera individual o grupal, en las actividades de realización de trabajos, resolución de problemas, documentación y análisis. Se podrá también evaluar las presentaciones de los trabajos que se hagan en clase.	60	C9	D16 D17 D18
Otras	Prueba escrita donde se deberán resolver problemas, contestar preguntas de desarrollo, y/o breves y/o tipo test. Versarán sobre todos los contenidos de la materia.	10	C9	D16 D17 D18

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación anterior es válida para alumnos que sigan la evaluación continua. Las condiciones para ser evaluados por evaluación continua son:

- Para los alumnos en modalidad presencial: deberán asistir a un mínimo del 75% de las horas presenciales de la materia.
- Para los alumnos en modalidad virtual: deberán utilizar la plataforma de teledocencia puesta a su disposición de forma suficientemente asidua (típicamente al menos cada 2 días) para estar al tanto del progreso de la materia, así como la participación adecuada y regular en las actividades online grupales.

Quienes no cumplan estos requisitos se considerará que no siguen la modalidad de evaluación continua. Por tanto serán evaluados por examen final (ver más abajo). Alternativamente, el alumno que a pesar de cumplir estas condiciones no quiera ser evaluado por evaluación continua puede renunciar explícitamente a la evaluación continua solicitándolo por escrito al profesor de la materia, antes de la 3ª semana de docencia. O si a lo largo del curso acredita documentalmente y de manera suficiente alguna causa sobrevenida que objetivamente le impida seguir la evaluación continua. En caso contrario, todo alumno que cumpla las condiciones descritas será evaluado por evaluación continua. De manera general, para los alumnos presenciales o virtuales, evaluados por evaluación continua, que hayan cumplido todos los requisitos indicados para optar a superar la materia por esta vía, la nota final N del alumno se obtendrá como:

$$N=0,9*A+0,1*B$$

Siendo:

- A el resultado de la media ponderada (en función de la carga de trabajo estimada) de las notas obtenidas en cada actividad o ítem evaluable de los apartados de Estudio de casos y Resolución de problemas y/o ejercicios.
- Y B la nota obtenida en el apartado de Otras (prueba escrita).

Tanto A como B se puntuarán entre 0 y 10.

Se entenderá superada la materia si dicha nota final N es mayor o igual que 5 sobre 10.

Es además requisito imprescindible para poder optar a superar la materia por evaluación continua el realizar y entregar, en los plazos marcados para cada modalidad, todas las actividades o ítems evaluables en la parte A (estudio de casos y resolución de problemas y/o ejercicios) y obtener una puntuación igual o superior a 4 sobre 10 en todas y cada una de ellas (de manera general cada módulo de la materia constará de uno o más ítems evaluables). En caso contrario se considerará automáticamente la materia como no superada. Podrán existir actividades de entrega obligatoria pero que sólo se evalúen como apta/no apta, en cuyo caso se requerirá que sea entregada y evaluada como apta para para optar a superar la materia, pero no entrarán en el cálculo de la media A antes mencionada. Para los alumnos que sigan la evaluación continua pero que no hayan cumplido alguno de los requisitos imprescindibles antes descritos para superar la materia en su correspondiente modalidad (entrega de todas las actividades o ítems evaluables dentro de los plazos, obtención de la nota mínima en todas las actividades o ítems evaluables, nota final resultante ≥ 5), la nota final N nunca podrá superar 4,9 sobre 10 y se calculará por ello como:

$$N = \min(0,9 \cdot A + 0,1 \cdot B ; 4,9)$$

Es decir, como se indica en la fórmula, la nota final N será el mínimo de entre los valores $(0,9 \cdot A + 0,1 \cdot B)$ y 4,9.

Los alumnos que no sigan la modalidad de evaluación continua, así como aquellos que se presenten a las convocatorias de Julio u otras convocatorias extraordinarias que puedan establecerse, deberán presentarse al examen presencial que se realizará en el centro, en la fecha establecida para las convocatorias oficiales de la materia, para optar a superar la materia, y obtener una nota mayor o igual a 5 sobre 10.

EN CASO DE DUDA, DISCREPANCIA, ERROR DE TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, U SIMILAR, PREVALECE LO ESPECIFICADO EN LA VERSIÓN EN CASTELLANO DE ESTA GUIA DOCENTE.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Fingar, Peter, **Dot-cloud : the 21st century business platform built on cloud computing**, 1, Meghan-Kiffer Press, 2009

Rigollet, Pierre, **Análisis eficaz de datos con tablas dinámicas**, 1, Ediciones ENI, 2017

García, E; González, J., **Introducción ás bases de datos : un enfoque teórico-práctico**, 1, Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, 2012

Ministerio de Educación | Instituto de Tecnologías Educativas, **Internet, Aula Abierta 2.0**,

Dion Hinchcliffe, **Eight ways that cloud computing will change business**,

Rachael King, **How Cloud Computing Is Changing the World**,

Anetcom, **Garantías de navegación segura: análisis de los sellos y códigos de confianza en comercio electrónico**,

Anahí Ornelas Ley * / Maricela López Ornelas, **Calidad de la información en internet**,

Johns Hopkins University, **EVALUATING INFORMATION**,

INTECO-CERT, **RIESGOS Y AMENAZAS EN CLOUD COMPUTING**,

AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS, **GUÍA PARA CLIENTES QUE CONTRATEN SERVICIOS DE CLOUD COMPUTING**,

Carmen Cuesta, Javier Alonso, David Tuesta, Santiago Fernández de Lis, **El desarrollo de la industria del cloud computing: impactos y transformaciones en marcha**,

ENI, **Microsoft® Excel 2016**, 1, ENI, 2016

AIMC, **Navegantes en la Red - Encuesta AIMC a usuarios de Internet**,

EFEEMPRENDE, **Amazon Web Services, la empresa que consigue que los negocios crezcan**,

Carmen Cuesta, Javier Alonso, David Tuesta, Santiago Fernández de Lis, **El desarrollo de la industria del cloud computing: impactos y transformaciones en marcha**, BBVA Research,

Databarracks, **Changes to computer thinking**,

Inés Ramírez Nicolás, **¿QUÉ APORTA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA NUBE?**, eMarket Services Spain,

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio/V06M101V01205

Otros comentarios

Dado el carácter eminentemente práctico de la materia, basada en el desarrollo de competencias que pueden requerir un

cierto entrenamiento en el tiempo, y la consiguiente dificultad de evaluar estas competencias en un único examen, se aconseja vehementemente a l@s alumn@s el seguimiento de la modalidad de evaluación continua.

Orientaciones para el estudio:

- La asistencia a las clases presenciales es importante para los alumnos que opten por esta opción, dado el enfoque metodológico y la realización de actividades grupales.
 - La planificación adecuada para el respeto de los plazos de entrega y calendarios de actividades es fundamental para los alumnos virtuales.
 - La conexión regular (cada dos días al menos) a la plataforma de teledocencia y la participación en las actividades grupales online se consideran fundamentales para el seguimiento de la materia en la modalidad virtual.
-

DATOS IDENTIFICATIVOS**Inglés Comercial**

Asignatura	Inglés Comercial			
Código	V06M101V01106			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http:// http://mcinternacional.uvigo.es/es			
Descripción general	Esta materia abordará las cuatro destrezas comunicativas en inglés para el comercio internacional así como la importancia de los aspectos culturales en la comunicación			

Competencias

Código	
C1	(*)Hablar bien en público
C10	(*)Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios
D4	(*)Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales
D13	(*)Dominio de la terminología específica (incoterms)
D19	(*)Conocimiento de los registros específicos del inglés para los negocios
D20	(*)Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
D21	(*)Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
D22	(*)Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
D23	(*)Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
D26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público, dominando el lenguaje oral y las estrategias comunicativas y de protocolo.	C1 D21 D23
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos.	C10 D19 D22
Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales así como la aplicación práctica en las funciones comunicativas en lengua inglesa	D4 D26
Dominio de la terminología específica y la correcta aplicación y uso en la redacción de textos escritos en inglés.	D13 D20

Contenidos

Tema	
Técnicas de búsqueda y adquisición de vocabulario	1.1. Uso de diccionarios y otros materiales de referencia: tipos, información, búsquedas en la red 1.2.Sistematización del aprendizaje terminológico: sufijos y prefijos, familias léxicas y derivación, combinaciones frecuentes, falso amigos, verbos frasales, ...
Cultura y comunicación	2.1. Concepto de cultura y su influencia en la comunicación 2.2. Comunicación intercultural en el comercio internacional 2.3.Comunicación verbal y no verbal

Comunicación escrita	3.1. Registro 3.2. Tipologías de textos y documentos comerciales 3.3. Correspondencia: Correos electrónicos, faxes y cartas comerciales. 3.4. Documentos de comercio internacional
Conversaciones telefónicas	4.1. Pronunciación y fluidez. Estructura y fraseología de las conversaciones telefónicas 4.2. Preparación y comprensión oral 4.3. Contacto: mensajes, precios y descuentos, métodos de pago

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	6	12	18
Seminarios	3	0	3
Prácticas de laboratorio	25.5	53	78.5
Actividades introductorias	1.5	1.5	3
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	0	10	10

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Presentación de contenidos teórico-prácticos, discusión e instrucciones sobre trabajos y tareas a llevar a cabo.
Seminarios	Sesiones monográficas a desarrollar en forma de taller o conferencia.
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo.
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo, los materiales, la bibliografía y la evaluación.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Sesión magistral	Actividades, ejercicios y trabajos individuales o en grupo que se realizan fuera del aula y han de entregarse en las fechas límite.	50	
Prácticas de laboratorio	Actividades, ejercicios y trabajos individuales o en grupo que se realizan y evalúan en el aula de idiomas. Habrá obligatoriamente una prueba oral a desarrollar en parejas.	50	

Otros comentarios sobre la Evaluación

ESTUDIANTADO DE LA MODALIDAD PRESENCIAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la asistencia a un 80% de las sesiones presenciales. La puntualidad es requisito indispensable para considerar la asistencia. Las actividades que la profesora solicite dentro o fuera del aula, con o sin previo aviso, solo se evaluarán si se entregan puntualmente. El alumnado que no supere la evaluación continua en la primera edición de las actas (enero) deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final.

ESTUDIANTADO DE LA MODALIDAD VIRTUAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la entrega puntual de las actividades que se publicarán en la plataforma al comienzo del curso. No se admitirán actividades entregadas con posterioridad a la fecha límite. Si el alumnado no supera la materia por evaluación continua, deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final

Si algún alumno/la de la modalidad presencial no puede asistir al 80% de las sesiones, **deberá comunicárselo al profesorado argumentadamente al comienzo del curso** para que se defina un sistema alternativo de evaluación.

N.B.: En caso de cualquier tipo de plagio la calificación final será de suspenso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Aspinall, T. & G. Bethell, **Test Your Business Vocabulary in Use. Intermediate.**, 1ª, Cambridge UP, 2003

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación Profesional Internacional/V06M101V01206

Otros comentarios

El punto de partida recomendado para el correcto seguimiento del curso es un nivel B2 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas. Cualquier estudiante que no alcance el mínimo el comienzo del curso, debe hablar con la profesora para poder superar la materia sin problemas

DATOS IDENTIFICATIVOS**Dereito Internacional e Contratación**

Asignatura	Dereito Internacional e Contratación			
Código	V06M101V01201			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Profesorado	de Cominges Cáceres, Javier González López, Marta Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Correo-e	victoria.picatoste@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*)Dereito da contratación internacional é unha materia na que se examinan, dende unha perspectiva xurídica, as distintas figuras dos mais importantes contratos internacionais, tanto no eido mercantil como laboral, de xeito que o alumno poida percibir que o mercado internacional é un espacio regulado por normas xurídicas no que os suxeitos actuantes teñen dereitos e obrigas, no seu caso, esixibles ante os tribunais.			

Competencias

Código	
C2	Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional
D2	Dominio de los conceptos jurídicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Coñecemento do ámbito no que se desenvolve o comercio internacional, en especial do funcionamento dos recursos legais dispoñibles para a resolución de conflitos con elemento internacional.	C2
Dominio dos conceptos xurídicos no contorno internacional para a aplicación de coñecementos e resolución de problemas nun contexto internacional novo e pouco coñecido, en especial os relativos ao ámbito da contratación.	D2

Contidos

Tema	
Módulo 1. Marco institucional e fontes do dereito do comercio internacional.	1. Marco institucional. 2. As fontes do comercio internacional.
Módulo 2. A compravenda internacional.	1. Introducción. A Convención de Viena de 1980. 2. Formación do contrato. 3. Transmisión dos riscos. 4. Obrigas das partes. 5. O incumprimento do contrato. 6. Os INCOTERMS.
Módulo 3. Outras figuras contractuais. Instrumentos de cobro e pago.	1. Contratos de distribución e cooperación. 2. Contratos de transporte. 3. Contratos de financiamento. 4. Instrumentos de cobro e pago.
Módulo 4. Contrato de traballo con elemento extranxeiro.	1. Determinación do foro nacional competente. 2. Determinación da lei nacional aplicabel.
Módulo 5. Desprazamento de traballadores no marco dunha prestación de servizos transnacional.	1. Empresas españolas que despracen traballadores a outro Estado membro. 2. Empresas de calquera outro Estado membro do EEE que despracen traballadores a España.
Módulo 6. Relación da Seguridade Social.	1. As regras comunitarias de coordinación da Seguridade Social. 2. Normativa convencional internacional.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección maxistral	16	15	31
Estudo de casos/análises de situacións	3	9	12
Resolución de problemas e /ou exercicios de forma autónoma	3	9	12
Probas de resposta curta	2	18	20

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

Metodoloxía docente	
	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxeto de estudo coa axuda de material impreso, proxectado ou esquemas que se elaboren no curso da explicación.
Estudo de casos/análises de situacións	Análise de casos relacionados cos contidos teóricos expostos nas sesións maxistrais, ben baixo a guía e supervisión do profesor, ou ben de xeito autónomo polo alumno, e que sirvan para a interpretación dos ditos contidos aplicando e completando os coñecementos adquiridos.
Resolución de problemas e /ou exercicios de forma autónoma	Resolución de casos prácticos e exercizos, e respostas a cuestionarios de carácter teórico ou teórico-práctico por parte do alumno e baixo a supervisión de profesor.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	Atención a dúbidas que xurdan nas sesións maxistrais
Resolución de problemas e /ou exercicios de forma autónoma	Atención a dúbidas referidas aos casos ou supostos prácticos propostos
Estudo de casos/análises de situacións	Resolución de cuestións ligadas aos estudos de casos

Avaliación				
	Descrición	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudo de casos/análises de situacións	Avaliarase o traballo persoal, as achegas do alumno e, no seu caso, as intervencións que se realicen ao respecto.	40	C2	D2
Resolución de problemas e /ou exercicios de forma autónoma	Avaliarase o correcto prantexamento en termos xurídicos do caso e a procura e axeitada aplicación dos preceptos legais que correspondan.	40	C2	D2
Probas de resposta curta	As preguntas de resposta curta versarán sobre os contidos teórico-prácticos da materia impartidos nas sesións maxistrais.	20	C2	D2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Os alumnos que non houberan obtido a cualificación necesaria para a superación da materia no proceso de avaliación continúa que se efectúe, e aqueles alumnos que non obtiveran cualificación ningunha no devandito proceso, deberán se presentar a un exame final teórico práctico no que deberán expoñer ou analizar, segundo se determine no momento oportuno, o estudo dun caso ou suposto que se propoña, así coma resolver problemas ou exercizos prácticos que se lle formulen, e responder ás cuestións teóricas que se prantexen. Ás distintas partes do dito exame aplicaráselles o criterio de ponderación precedentemente indicado no apartado relativo á avaliación continúa.

Para a segunda convocatoria, aplicaráselles os criterios anteriores.

Os alumnos que sigan o curso polo sistema de teledocencia deberán desenvolver as tarefas e responder aos cuestionarios que se lles propoñan durante o período lectivo, aplicándose os mesmos baremos de cualificación que aos alumnos presenciais.

Para a segunda convocatoria aplicaráselles os criterios anteriores, nas dúas modalidades, presencial e teledocente. No seu caso, o alumno que se presente nesta convocatoria, ademais de realizar as tarefas que se sinalen na data de exame oficialmente fixada ao efecto, deberá presentar os traballos que, con carácter previo, houberan sido encomendados a tal fin.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Esplugues Mota, Carlos, **Derecho del Comercio Internacional**, Valencia, Tirant lo Blanch,

Esteban de la Rosa, Fernando, **Legislación de los Negocios Internacionales**, Madrid, Tecnos,

Sánchez Lorenzo, Sixto A., **Claúsulas en los contratos internacionales**, Barcelona, Atelier,

Molina Navarrete, C.; Esteban de la Rosa, **La movilidad transnacional de trabajadores: reglas prácticas**, Granada, Comares,

Alvarez González, Santiago, **Legislación de Derecho Internacional Privado**, Granada, Comares,

López Fernández, M.A., **Regulación del desplazamiento de trabajadores en el marco de una prestación de servicios transnacional**,

Diario da Unión Europea,

Boletín Oficial del Estado,

Westlaw Encuentra,

Tirante on Line,

Recomendacións

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumno na materia, estando concebida de forma flexíbel. Consecuentemente, pode requirer reaxustes a longo do curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real, ou pola relevancia das situacións que puideran xurdir. Asimesmo, achegarase ao alumnado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada intre do proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Márketing Internacional				
Asignatura	Márketing Internacional			
Código	V06M101V01202			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Daponte, María del Rocío Currás Valle, María Consuelo			
Profesorado	Cano Gil, María Cecilia Currás Valle, María Consuelo González Vázquez, Encarnación López Miguens, María Jesús López Suárez, Óscar Rodríguez Daponte, María del Rocío			
Correo-e	rocio@uvigo.es ccurras@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descripción general				

Competencias	
Código	
C3	(*)Conocimiento de las técnicas de márketing utilizadas en el comercio internacional
C11	(*)Realización de un proyecto completo de internacionalización de empresas, planificación de operaciones de comercio internacional, o marketing internacional
D3	(*)Conocimiento de las técnicas de dirección y gestión comercial en un contexto global, de los diferentes mercados, y de las relaciones y estrategias económicas de carácter internacional.
D4	(*)Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales
D26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar los aspectos diferenciales de mercados exteriores respecto al mercado doméstico, y aplicarlo a la toma de decisiones.	C11 D3
Adquirir competencias para tomar decisiones a nivel estratégico y de política comercial en los mercados internacionales	C3 D4 D26

Contenidos	
Tema	
Introducción	Marketing global e internacional
Estrategias de internacionalización	Proceso de decisión de internacionalización. Valoración del entorno de marketing internacional. Formas de entrada en mercados exteriores. Dimensiones del programa de marketing internacional.
Segmentación y posicionamiento	Segmentación de mercados internacionales. Estrategia de posicionamiento. Tipos de posicionamiento.
Protocolo en los negocios internacionales	Relaciones, usos sociales e imagen. Protocolo en los negocios: práctica.

Estrategias de marketing en el mercado internacional

Política internacional de producto.
La marca internacional: desarrollo de marcas, identidad y valor de marca.
Comunicación comercial en la internacionalización.
Política de fijación de precios.
Decisiones de distribución y del equipo de ventas.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	21	21	42
Seminarios	15	15	30
Talleres	6	9	15
Pruebas de respuesta corta	1	9.5	10.5
Pruebas de tipo test	1	9	10
Trabajos y proyectos	0	5	5

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de las lecciones de acuerdo con la planificación del curso. Incluye preguntas, debate e intercambio de opinión.
Seminarios	Conferencias temáticas desarrolladas por expertos en la materia. Incluye exposición y un turno de discusión entre los asistentes.
Talleres	A partir de unos conceptos teóricos se resuelven situaciones reales simuladas. Importante el trabajo en equipo, la aplicación de conceptos y creatividad en las soluciones propuestas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Talleres	Atención a dudas sobre metodologías o interpretación de los conceptos tratados.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Resolución colectiva de dudas. Atención particular a las dificultades individuales.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Sesión magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	5	C3 C11	D3 D4 D26
Seminarios	Asistencia, actitud, participación en los seminarios.	5	C3 C11	
Talleres	Resultado de la actividad desarrollada en el taller.	10	C3 C11	D3 D4 D26
Pruebas de respuesta corta	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	40	C3 C11	
Pruebas de tipo test	Prueba de pregunta tipo test para comprobar el seguimiento.	30	C3 C11	D3 D4 D26
Trabajos y proyectos	Realización de un trabajo ligado a la internacionalización de la empresa.	10	C3 C11	D3 D4 D26

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado que participen en la evaluación continua y no cumplan los calificaciones que le permitan alcanzar el 50% de la valoración tendrán que acudir a la convocatoria extraordinaria.

Aquellos alumnos que no cumplan una asistencia mínima del 70% tendrán que acudir al examen final, a una prueba específica de evaluación.

Alumnos Versión No Presencial.

Donde figura prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos, son valoraciones que corresponderán a

Casos prácticos.

Las pruebas tipo test tienen la misma valoración.

El resto de valoraciones corresponderán a foros u otras actividades planteadas desde el coordinador de la materia.

Para superar la materia deberán entregar todas las actividades planteadas. En caso contrario figurará como no presentado. En el espacio de teledocencia tendrán cumplida información.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Cerviño, J., **Marketing internacional. Nuevas perspectivas para un mercado globalizado**, 2006,

Czinkota, M.; Ronkainen, I., **Marketing internacional**, 10ª edición, 2013,

Pla, J.; León, F., **Dirección de empresas internacionales**, 2014,

Cateora, P.R., **Marketing Internacional**, 2014,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo/V06M101V01102

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Fiscalidad Internacional				
Asignatura	Fiscalidad Internacional			
Código	V06M101V01203			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	xmcobas@uvigo.es pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conocer y saber liquidar los impuestos vinculados con las actividades internacionales de la empresa			

Competencias	
Código	
C5	(*)Conocimiento de la fiscalidad en el ámbito internacional
C6	(*)Conocimiento pormenorizado de las operaciones del comercio internacional, de su fundamento, sus aspectos formales, y sus efectos
C12	(*)Aplicación de los conocimientos y técnicas del comercio internacional en la actividad real
D5	(*)Conocimiento de los medios internacionales de financiación y de pago, y de los procedimientos para cobertura de riesgos
D7	(*)Dominio de los diferentes tributos relacionados con el comercio internacional.
D8	(*)Resolución de problemas prácticos de tributación en las operaciones de comercio internacional.
D9	(*)Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación
D26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las obligaciones fiscales inherentes a la actividad internacional y ser capaz de formalizar las correspondientes declaraciones de impuestos.	C5 C6 C12 D5 D7 D8 D9 D26

Contenidos	
Tema	
1 Regímenes aduaneros especiales	1.1 Régimen temporal 1.2 Tránsito aduanero 1.3 Perfeccionamiento activo y pasivo 1.4 Zonas francas, depósitos francos, depósitos aduaneros y depósitos distintos del aduanero 1.5 Franquicias aduaneras 1.6 Transformación bajo control de aduanas

2 Impuesto arancelario	2.1 Sujeto pasivo 2.2 Tipo impositivo: el arancel 2.3 Base imponible: ajustes de los artículos 32 y 33 del Código Aduanero 2.4 Documento C-10
3 IVA en las operaciones con terceros países	3.1 El devengo 3.2 Sistemas de deducción: la regla de prorrateo 3.3 El IVA en las exportación de bienes 3.4 Operaciones asimiladas a las exportaciones 3.5 Operaciones vinculadas a las exportaciones 3.6 Tax free y duty free 3.7 Importación de bienes: modelo 031
4 IVA en las operaciones intracomunitarias	4.1 Entregas y adquisiciones intracomunitarias de bienes: modelo 349 4.2 Justificación del criterio de transporte intracomunitario 4.3 Sistema de recuperación de IVAs soportados en otros países: modelos 360 y 361

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	20	0	20
Resolución de problemas y/o ejercicios	54	0	54
Actividades introductorias	1	0	1

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición, por parte del profesor, de los conceptos teóricos, ejemplos y casos relacionados con el programa de la asignatura.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución, en presencia del profesor, de problemas y ejercicios
Actividades introductorias	Presentación de la asignatura por parte del profesor: programa, contenidos, sistema de evaluación, profesorado encargado, etc.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Actividades introductorias	Respuesta a dudas sobre vocabulario o comprensión de la temática de la materia
Sesión magistral	Resolución dudas individuales
Resolución de problemas y/o ejercicios	Atención a dificultades de comprensión de los alumnos

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Sesión magistral	Asistencia participativa a clase	5	C5 C6 C12	D5 D7 D8 D9 D26
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de los ejercicios y problemas propuestos por los profesores de la asignatura	95	C5 C6 C12	D5 D7 D8 D9 D26

Otros comentarios sobre la Evaluación

Dado el carácter mixto del master (presencial y a distancia) y también para hacer compatible la vida laboral y personal con la formación, es conveniente implementar sistemas de evaluación que permitan superar la asignatura a aquellos alumnos que no asistan regularmente a clase. Es por ello que el sistema de evaluación cambia ligeramente en función del tipo de enseñanza (presencial o a distancia) y establece un sistema de evaluación complementario que permite la superación de la asignatura a aquellos alumnos que no asistan regularmente a clase.

1.- ENSEÑANZA PRESENCIAL

1.1.- EVALUACIÓN CONTINUA

El alumno deberá superar todas las pruebas periódicas y realizar todas las actividades o ejercicios que propongan los profesores de la asignatura a lo largo del curso, lo cual computará el 90% de la nota.

La nota media obtenida en dichas pruebas se incrementará en hasta un punto (10% de la nota final) si la asistencia participativa a sesiones magistrales y resolución de problemas y ejercicios iguala o supera el 80% del total.

1. 2.- EXAMEN FINAL

El alumno que no haya superado o realizado alguna de las pruebas periódicas o alguna de las actividades o ejercicios, deberá presentarse a los exámenes finales de la asignatura en las fechas que establezca la comisión académica del master.

En ellos deberá entregar las actividades pendientes y realizar las pruebas no aprobadas a lo largo del curso, pudiendo conservar las notas de las pruebas superadas y de las actividades realizadas a lo largo del curso. La nota final se calculará exclusivamente en base a las calificaciones obtenidas en las pruebas, actividades y trabajos.

2.- ENSEÑANZA A DISTANCIA

2. 1.- EVALUACIÓN CONTINUA

El alumno deberá superar todas las pruebas periódicas y realizar todas las actividades o ejercicios que propongan los profesores de la asignatura a lo largo del curso.

2. 2.- EXAMEN FINAL

El alumno que no haya superado o realizado alguna de las pruebas periódicas o alguna de las actividades o ejercicios, deberá realizar los exámenes finales de la asignatura en las fechas que establezca la comisión académica del master.

En ellos deberá entregar las actividades pendientes y realizar las pruebas no aprobadas a lo largo del curso, pudiendo conservar las notas de las pruebas superadas y de las actividades realizados a lo largo del curso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Transporte y Logística**

Asignatura	Transporte y Logística			
Código	V06M101V01204			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Diz Comesaña, María Eva González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Profesorado	Diz Comesaña, María Eva González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Correo-e	evadiz@uvigo.es tgonzalez-portela@uvigo.es			

Web

Descripción general (*)-DESCRIPCIÓN GENERAL

- Organización del sistema logístico. El sistema de información logístico.
- Previsión, planificación y reaprovisionamiento colaborativo en la cadena de suministro.
- Operativa en la cadena de suministro. Racionalización de la cadena de suministro.
- Gestión de compras y gestión de stocks en empresas de servicios: fundamentos.
- La Dirección de compras. La selección de proveedores y el proceso de negociación.
- Estrategia del sistema de almacenaje. Diseño del sistema de almacenaje.
- Gestión de almacenes. Racionalización de los flujos de información y de operaciones. Organización de la operativa en el almacén.

Competencias

Código	
C2	(*)Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional
C7	(*)Conocimiento de la logística y el transporte en el comercio internacional
D11	(*)Conocimiento de los diferentes medios de transporte y su operativa
D12	(*)Conocimiento de la logística relacionada con el comercio internacional
D13	(*)Dominio de la terminología específica (incoterms)

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Mostrar conocimiento de los procedimientos y técnicas del área logística en el ámbito internacional.	C2 C7 D11 D12 D13
Aplicar herramientas de búsqueda, filtrado e interpretación en el área logística.	C7 D12 D13
Establecer objetivos, desarrollar estrategias y planes de acción propios de las actividades de transporte y logística.	C2 C7 D11 D12
Manejar los conocimientos, procesos y técnicas específicas de la gestión logística, asumiendo los efectos de su práctica y las consecuencias de su acción en cualquier contexto de intervención reflexionando sobre sus propios posicionamientos.	C2 C7 D11 D12 D13
Tomar decisiones en la búsqueda de soluciones a los problemas relacionados con la situación del área logística, así como la emisión de los correspondientes informes.	C2 C7 D11 D12 D13

Contenidos

Tema

Tema 1: El Lean en la cadena de suministros (*)

Tema 2: Gestión de compras

Tema 3: Gestión de stocks

Tema 4: Gestión de almacenes

Tema 5: Transporte internacional

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	12	12	24
Resolución de problemas y/o ejercicios	5	10	15
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	10	15
Otros	1	0	1
Pruebas de tipo test	1	9	10
Pruebas de respuesta corta	1	9	10

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio con ayuda de diverso material impreso o proyectado.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del alumno de forma individual o en grupo bajo la supervisión del profesor.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Resolución en grupo de casos relacionados con los contenidos de la asignatura, bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor.
Otros	Asistencia a conferencias, visitas a empresas, exposición de trabajos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Supervisión por parte del Profesor del tema o materia estudiada.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Supervisión por parte del Profesor del tema o materia estudiada.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba objeto de evaluación continua. Consiste en la resolución de forma individual o en grupo de cuestiones planteadas, guiadas y supervisadas por el profesor sobre la materia. Se evaluará la participación del alumno y la comprensión de la materia.	20	C2 C7	D11 D12 D13
Estudio de casos/análisis de situaciones	Prueba objeto de evaluación continua. Resolución en grupo de casos relacionados con los contenidos de la asignatura bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor. Se evaluará la participación del grupo y la comprensión de la materia.	20	C2 C7	D11 D12 D13
Pruebas de tipo test	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia. Éste deberá elegir una respuesta de entre varias propuestas.	30	C2 C7	D11 D12 D13
Pruebas de respuesta corta	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia. La respuesta debe ser breve.	30	C2 C7	D11 D12 D13

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación del alumno/a se realizará de la siguiente forma:

- Examen final (60% de la nota final, 6 puntos). Se realizará un único examen al final del cuatrimestre, que constará de una parte tipo test y una parte de preguntas cortas. Para superar el examen será necesario obtener una nota igual o superior a 3 puntos.

- Casos y resolución de ejercicios (40% de la nota final, 4 puntos).

Para superar la materia, es necesario cumplir dos condiciones: superar el examen final y obtener un mínimo de 5 puntos en

la materia.

En el caso de superar el examen, la nota final de la materia resulta de la suma de la nota obtenida en el examen y las notas de los casos y ejercicios.

En el caso de no superar el examen, la nota final de la materia será la resultante de expresar la nota del examen en una escala de 0 a 10 puntos.

La descripción de esta guía está pensada para la modalidad presencial. La nota obtenida por el alumno/a en los casos y ejercicios tendrá vigencia para las convocatorias a las que da derecho la matrícula de cada curso académico.

La concreción de las actividades a realizar dependerá en gran medida del número de alumnos/as, medios para trabajar en grupo, etc.

MODALIDAD VIRTUAL:

La Primera Parte de la asignatura consta de unas actividades obligatorias y evaluables: 1 caso práctico, 4 cuestionarios y 1 trabajo.

La Segunda Parte de la asignatura consta de unas actividades obligatorias y evaluables: se evaluará a través de una serie de actividades (40% de la nota) y un examen (60% de la nota) que es necesario aprobar para superar la asignatura

Fuentes de información

Bibliografía Básica

ANAYA TEJERO, J.J., **Logística Integral. La Gestión Operativa de la Empresa**, ESIC, 2000

COS, J.P. y DE NAVASCUÉS, R., **Manual de Logística Integral**, Díaz de Santos, 1998

CUATRECASAS, L., **Organización de la Producción y Dirección de Operaciones: Sistemas actuales de gestión eficiente y competitiva**, Díaz de Santos, 2011

ENRIQUEZ DE DIOS, J.J., **Transporte Internacional de Mercancías**, ESIC, 1994

HEIZER, J. y RENDER, B., **Dirección de la Producción y las Operaciones**, Editorial Pearson, Prentice Hall, 2007

PIRES, S., **Gestión de la Cadena de Suministros**, McGraw-Hill, 2007

PRADO, J.C. y OTROS, **Dirección de Logística y Producción**, Servicio de Publicacións de la Universidad de Vigo, 2000

SORET LOS SANTOS, I., **Logística Comercial y Empresarial**, ESIC, 2004

SORET LOS SANTOS, I., **Logística y Operaciones en la Empresa**, ESIC, 2010

TORRES, F.J. (Coord.), **Transporte Marítimo en la Cadena de Suministros**, Andavira Editora, 2010

URZELAI A., **Manual Básico de Logística Integral**, Díaz de Santos, 2006

Bibliografía Complementaria

DANIELS, J.D. y OTROS, **Negocios Internacionales. Ambientes y operaciones**, Pearson, 2013

ESCRIVÁ, J. y SAVALL, V., **Almacenaje de Productos**, McGraw-Hill, 2005

GARCÍA, J. y PRADO, J.C., **El Envase y el Embalaje y su relación con la Logística**, Servicio de Publicacións de la Universidad de Vigo, 2005

GUTIÉRREZ CASAS, G. y PRIDA ROMERO, B., **Logística y Distribución Física**, McGraw-Hill, 1998

MAULEON, M., **Sistemas de Almacenaje y Picking**, Díaz de Santos, 2003

MERLI, G., **Gestión de Proveedores. Nuevas Estrategias de Aprovisionamientos para Fabricantes**, TGP Hoshin, 2001

MIRANDA, F.J. y OTROS, **Manual de Dirección de Operaciones**, Thomson, 2005

ROUX, M., **Manual de Logística para la gestión de Almacenes: las claves para crear o mejorar su Almacén**, Gestión 2000, 2009

SORET LOS SANTOS, I., **Logística y Marketing para la Distribución Comercial**, ESIC, 2006

Recomendaciones

Otros comentarios

Los/as alumnos/as matriculados/as en la Modalidad no presencial (virtual) del Master de Comercio Internacional dispondrán de material didáctico a través de la aplicación informática y podrán realizar las tareas encomendadas a través de la misma aplicación.

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.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio**

Asignatura	Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio			
Código	V06M101V01205			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio			
Profesorado	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	erosello@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/			
Descripción general				

Competencias

Código	
C8	(*)Conocimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones aplicadas al comercio internacional
D14	(*)Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet.
D15	(*)Dominio de las operaciones electrónicas y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos y estructuras de funcionamiento

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento aplicado de las TIC e Internet en el e-comercio. Conocer, ser capaz de evaluar y planificar el uso de diferentes recursos y herramientas basados en Internet como la Web, herramientas de la Web 2.0, los mercados electrónicos, y los medios de pago electrónicos en el e-comercio.	C8 D14 D15

Contenidos

Tema	
1. Visión general de las TIC e Internet en el e-comercio.	Las TIC en el e-comercio. El uso de Internet en la actividad comercial.
2. Modelos de e-negocio apoyados por las TIC. Modelos de e-negocio basados en las TIC.	Tipos de modelos de negocio basados en Internet y en el uso intensivo de las TIC.
3. La Web en el e-comercio: diseño, publicidad y posicionamiento en la Red.	Posibilidades de la Web en el e-comercio. E-marketing. Aspectos técnicos.
4. Herramientas basadas en Internet en el e-marketing. Herramientas de análisis.	Análisis de la reputación digital. Análisis de tráfico y seguimiento.
5. La Web 2.0 en el e-comercio. Herramientas y servicios. Imagen digital y e-reputación.	El paradigma de la Web 2.0. Influencia en el e-comercio. herramientas y técnicas. E-reputación.
6. Las TIC en el comercio B2B. E-marketplaces y comunidades virtuales de negocio. E-logistics.	Espacios B2B. E-marketplaces. Influencia de las TIC en la e-logística.
7. Banca electrónica. Fundamentos y servicios para el e-comercio.	Introducción a la banca electrónica. Servicios. Usos. Aspectos técnicos.
8. Transacciones electrónicas. Medios de pago online. Seguridad en las transacciones.	Tipos de transacciones electrónicas. Tipos de medios de pago online. Seguridad en las transacciones.
9. Protección de datos en el e-comercio. Aspectos técnicos y legales.	Introducción a la protección de datos y sus aspectos técnicos.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	7	15.6	22.6

Metodologías integradas	28	58.8	86.8
Otras	1	2.1	3.1

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

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Metodologías integradas	Los estudiantes llevan a cabo la realización de un proyecto o trabajo en un tiempo determinado, para resolver un problema o abordar una tarea mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades o ítems evaluables. Se realizará generalmente de manera grupal (individual en caso de no asistentes).

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Metodologías integradas	El alumno tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases presenciales, estudio de casos, realización de trabajos, y del control regular del trabajo realizado.
Pruebas	Descripción
Otras	El alumno tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases presenciales, estudio de casos, realización de trabajos, y del control regular del trabajo realizado.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Metodologías integradas	Los estudiantes llevarán a cabo la realización de un proyecto mediante la realización de una serie de trabajos y actividades evaluables propuestas. Se evaluarán cada uno de estos trabajos y actividades elaborados por los alumnos, de manera generalmente grupal.	90	C8 D14 D15
Otras	Consistirá en una prueba escrita donde se deberán resolver problemas, y/o contestar preguntas de desarrollo, y/o breves y/o tipo test. Versarán sobre todos los contenidos de la materia.	10	C8 D14 D15

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación anterior es válida para alumnos que sigan la evaluación continua. Las condiciones para ser evaluados por evaluación continua son:

- Para los alumnos en modalidad presencial: deberán asistir a un mínimo del 75% de las horas presenciales de la materia.
- Para los alumnos en modalidad virtual: deberán utilizar la plataforma de teledocencia puesta a su disposición de forma suficientemente asidua (típicamente al menos cada 2 días) para estar al tanto del progreso de la materia, así como la participación adecuada y regular en las actividades online grupales.

Quienes no cumplan estos requisitos se considerará que no siguen la modalidad de evaluación continua. Por tanto serán evaluados por examen final (ver más abajo).

Alternativamente, el alumno que a pesar de cumplir estas condiciones no quiera ser evaluado por evaluación continua puede renunciar explícitamente a la evaluación continua solicitándolo por escrito al profesor de la materia, antes de la 3ª semana de docencia. O si a lo largo del curso acredita documentalmente y de manera suficiente alguna causa sobrevenida que objetivamente le impida seguir la evaluación continua. En caso contrario, todo alumno que cumpla las condiciones descritas será evaluado por evaluación continua.

De manera general, para los alumnos presenciales o virtuales, evaluados por evaluación continua, que hayan cumplido todos los requisitos indicados para optar a superar la materia por esta vía, la nota final N del alumno se obtendrá como:

$$N=0,9*A+0,1*B$$

Siendo:

- A el resultado de la media ponderada (en función de la carga de trabajo estimada) de las notas obtenidas en cada actividad o ítem evaluable del apartado de Metodologías integradas.

- Y B la nota obtenida en el apartado de Otras (prueba escrita).

Tanto A como B se puntuarán entre 0 y 10.

Se entenderá superada la materia si dicha nota final N es mayor o igual que 5 sobre 10.

Es además requisito imprescindible para poder optar a superar la materia por evaluación continua el realizar y entregar, en los plazos marcados para cada modalidad, todas las actividades o ítems evaluables en la parte A (metodologías integradas) y obtener una puntuación igual o superior a 4 sobre 10 en todas y cada una de ellas (de manera general cada módulo de la materia constará de uno o más ítems evaluables). En caso contrario se considerará automáticamente la materia como no superada. Podrán existir actividades de entrega obligatoria pero que sólo se evalúen como apta/no apta, en cuyo caso se requerirá que sea entregada y evaluada como apta para para optar a superar la materia, pero no entrarán en el cálculo de la media A antes mencionada.

Para los alumnos que sigan la evaluación continua pero que no hayan cumplido alguno de los requisitos imprescindibles antes descritos para superar la materia en su correspondiente modalidad (entrega de todas las actividades o ítems evaluables dentro de los plazos, obtención de la nota mínima en todas las actividades o ítems evaluables, nota final resultante ≥ 5), la nota final N nunca podrá superar 4,9 sobre 10 y se calculará por ello como:

$$N = \min(0,9 \cdot A + 0,1 \cdot B ; 4,9)$$

Es decir, como se indica en la fórmula, la nota final N será el mínimo de entre los valores $(0,9 \cdot A + 0,1 \cdot B)$ y 4,9.

Los alumnos que no sigan la modalidad de evaluación continua, así como aquellos que se presenten a las convocatorias de Julio u otras convocatorias extraordinarias que puedan establecerse, deberán presentarse al examen que se realizará en la fecha establecida para las convocatorias oficiales de la materia, para optar a superar la materia, y obtener una nota mayor o igual a 5 sobre 10.

EN CASO DE DUDA, DISCREPANCIA, ERROR DE TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, U SIMILAR, PREVALECE LO ESPECIFICADO EN LA VERSIÓN EN CASTELLANO DE ESTA GUIA DOCENTE.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

- Guillén Gorbe, T., **Las TIC en la estrategia Empresarial.**, Anetcom,
- Sanagustín E., et al, **Claves para entender el nuevo marketing**, ICEX, **Manual de e-market services**,
- Puig, C., **Los blogs, comunicación empresarial multibanda.**, ELEPHANT AT WORK, **The Digital Emergency**,
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo, **Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico**,
- Rogers, Everett M., **Diffusion of innovations**,
- Mark Sweney, **Internet overtakes television to become biggest advertising sector in the UK**,
- Joseba Carricas, **Las TIC en mi empresa. Cuestión de estrategia**,
- Javier Godoy, **SOCIAL MEDIA DE 3ª GENERACIÓN**, Mind Your Social Media y Mind Your Group, 2012
- ditrendia, **Informe Mobile en España y en el Mundo 2015**, ditrendia, 2016
- PwC e IE Business School, **Los medios de pago, un paisaje en movimiento**, PwC e IE Business School, 2015
- Villanueva, J. et al, **Los blogs corporativos: una opción, no una obligación**, EB-Center y PwC, 2007
- Fundación Orange, **La transformación digital en el sector retail. Casos de éxito**, Fundación Orange,
- Fundación Orange, **La transformación digital en el sector retail**, Fundación Orange,
- Lluís Cugota, **COMERCIO EXTERIOR E INTERNET**, Infonomía,
- Vise, David A., **La Historia de Google : los secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo**, 1, Madrid : La Esfera de los Libros., 2006
- Moore, Geoffrey A., **Cruzando el abismo : cómo vender productos disruptivos a consumidores generalistas**, 1, Gestión 2000, 2015
- Stone, Brad, **The Everything store : Jeff Bezos and the age of Amazon**, 1, Corgi Books, 2014
- Bertrand Belvaux, Jean-François Notebaert, **Crosscanal et omnicanal : la digitalisation de la relation client**, 1, Dunod, 2015
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, **Marketing 4.0 : moving from traditional to digital**, 1, John Wiley & Sons, 2017
- Lashinsky, Adam, **Inside Apple**, 1, John Murray, 2012
- Flynt, Oscar, **FinTech: understanding financial technology and its radical disruption of modern finance**, 1, Createspace Independent Publishing Platform, 2016
- Marr, Bernard, **Data strategy : how to profit from a world of big data, analytics and the internet of things**, 1, Kogan Page, 2017

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Las TIC en el Comercio Internacional/V06M101V01105

Otros comentarios

Dado el carácter eminentemente práctico de la materia, basada en el desarrollo de competencias que pueden requerir un cierto entrenamiento en el tiempo, y la consiguiente dificultad de evaluar estas competencias en un único examen, se aconseja vehementemente a l@s alumn@s el seguimiento de la modalidad de evaluación continua.

Orientaciones para el estudio:

- La asistencia a las clases presenciales es importante para los alumnos que opten por esta opción, dado el enfoque metodológico y la realización de actividades grupales.
 - La planificación adecuada para el respeto de los plazos de entrega y calendarios de actividades es fundamental para los alumnos virtuales.
 - La conexión regular (cada dos días al menos) a la plataforma de teledocencia y la participación en las actividades grupales online se consideran fundamentales para el seguimiento de la materia en la modalidad virtual.
-

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación Profesional Internacional				
Asignatura	Comunicación Profesional Internacional			
Código	V06M101V01206			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	Blanco Domínguez, Marina García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://http://mcinternacional.uvigo.es/es			
Descripción general	Esta materia abordará las cuatro destrezas comunicativas en inglés para el comercio internacional, con una especial atención a la comunicación oral.			

Competencias	
Código	
C1	(*)Hablar bien en público
C10	(*)Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios
D13	(*)Dominio de la terminología específica (incoterms)
D19	(*)Conocimiento de los registros específicos del inglés para los negocios
D20	(*)Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
D21	(*)Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
D22	(*)Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
D23	(*)Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
D26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público	C1 D21 D23
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios	C10 D19 D22
Dominio de la terminología específica (incoterms)	D13 D20
Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: inglés comercial y otros relacionados con el comercio internacional	D26

Contenidos	
Tema	
Búsqueda de empleo	1.1. Redacción del currículum vitae: modelos, formatos, terminología 1.2. Anuncios y convocatorias de trabajo: canales, formatos. 1.3. Cartas de solicitud y respuesta 1.4. Entrevistas de trabajo
Reuniones comerciales	2.1. Estructura y tipos 2.2. Funciones del presidente y los participantes 2.3. Intervenciones e interrupciones 2.4. Conclusiones y tareas

Negociaciones comerciales	3.1.Preparación 3.2. Estrategias y técnicas negociadoras 3.3.Resolución de conflictos 3.4. Acuerdos
Presentaciones profesionales	4.1. Preparación 4.2. Estructura: introducción, desarrollo, conclusión y recomendaciones 4.3. Preguntas y apoyos visuales

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	9	5.5	14.5
Prácticas de laboratorio	20	60	80
Seminarios	6	0	6
Actividades introductorias	1	1	2
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	0	10	10

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Presentación y discusión de contenidos por parte de la profesora.
Prácticas de laboratorio	Actividades a realizar en el laboratorio, ya sean individuales, en parejas o en grupos, entre las que se alternarán las destrezas receptivas con las productivas, con especial énfasis a la parte oral (escucha y expresión).
Seminarios	Conferencias a cargo de expertos sobre temas relacionados con los contenidos del temario.
Actividades introductorias	Presentación de la materia por parte de la coordinadora.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Sesión magistral	Presentación de contenidos y discusión de aspectos teóricos en grupo grande	50	
Prácticas de laboratorio	Uso del laboratorio de idiomas para poner en práctica las destrezas comunicativas del inglés comercial.	50	

Otros comentarios sobre la Evaluación

ESTUDIANTADO DE La MODALIDAD PRESENCIAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la asistencia a un 80% de las sesiones presenciales. La puntualidad es requisito indispensable para considerar la asistencia. Las actividades que la profesora solicite dentro o fuera del aula, con o sin previo aviso, solo se evaluarán se se entregan puntualmente. El alumnado que no supere la evaluación continua en la primera edición de las actas deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final.

ESTUDIANTADO DE La MODALIDAD VIRTUAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la entrega puntual de las actividades que se publicarán en la plataforma al comienzo del curso. No se admitirán actividades entregadas con posterioridad a la fecha límite. Si el alumnado no supera la materia por evaluación continua, deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final

Si algún alumno/la de la modalidad presencial no puede asistir al 80% de las sesiones, **deberá comunicárselo al profesorado argumentadamente al*comenzo del curso** para que se defina un sistema alternativo de evaluación.

N.B.: En caso de cualquier tipo de plagio la calificación final será de suspenso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Inglés Comercial/V06M101V01106

Otros comentarios

El punto de partida recomendado para el correcto seguimiento del curso es un nivel B2 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas. Cualquier estudiante que no alcance el mínimo al comienzo del curso, debe hablar con la profesora para poder superar la materia sin problemas

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Practicum				
Asignatura	Practicum			
Código	V06M101V01207			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Dpto. Externo Economía financiera y contabilidad Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Díaz-Becerra Martínez, Ana María Lampón Caride, Jesús Fernando Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias	
Código	
C12	(*)Aplicación de los conocimientos y técnicas del comercio internacional en la actividad real
D26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Aplicación en un entorno real de los conocimientos y técnicas del comercio internacional en la actividad real	C12 D26
Toma de contacto con el ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional	C12 D26
Mejorar las presentaciones en público y el trabajo en equipo	C12

Contenidos	
Tema	
Realización de prácticas en empresa o institución 1. Análisis de la situación de la empresa. relacionada con el comercio internacional, con al 2. Identificación de actividades desarrolladas. menos 180 horas de duración.	
Las prácticas serán tutorizadas por un responsable de la empresa y un profesor del Máster.	

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticum	1	139	140
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	0	10	10
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Prácticum	El alumno realiza sus prácticas externas en la empresa o institución asignada por la organización del Máster, a través de un convenio de colaboración firmado por la empresa y la Universidad de Vigo.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticum	Localización de empresa para la realización de las prácticas y ayuda durante lo proceso.
Pruebas	Descripción
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	Atención a dudas derivadas de la realización de las memorias.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	<p>El alumno debe elaborar una memoria de prácticas, siguiendo las indicaciones de los profesores de la materia, que será defendida publicamente.</p> <p>En la evaluación se tendrá en cuenta la estructura de la memoria, la corrección técnica y formal, y la aportación personal del alumno en la aplicación de los conocimientos adquiridos en las restantes materias. También se valorará la presentación y defensa de la memoria.</p> <p>Los alumnos que convaliden esta materia con su actividad profesional deberán elaborar igualmente la memoria de prácticas. Los criterios de evaluación son los mismos que para los restantes alumnos.</p>	100	C12 D26

Otros comentarios sobre la Evaluación

En la segunda convocatoria se utilizarán los mismos criterios de evaluación que en la primera.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Los alumnos con experiencia laboral podrán convalidar esta materia por su actividad profesional de al menos seis meses realizando tareas relacionadas con el comercio internacional. Se recomienda que el alumno que opte por esta vía lo comunique cuanto antes a los profesores responsables de la materia.

Asimismo se recomienda a los alumnos la máxima flexibilidad en la aceptación de las prácticas propuestas por la organización del Máster. No siempre es posible ofrecer al alumno más de una opción de prácticas.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Trabajo Fin de Máster**

Asignatura	Trabajo Fin de Máster			
Código	V06M101V01208			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Vaamonde Liste, Antonio Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Comesaña Benavides, Fernando Lampón Caride, Jesús Fernando Vaamonde Liste, Antonio			
Correo-e	vaamonde@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*)El proyecto es una asignatura del Master en la que el alumno debe demostrar su madurez intelectual y su capacidad para integrar conocimientos, actitudes y habilidades. En consecuencia, el proyecto debe responder a criterios de calidad y rigor, por lo que se seguirá una metodología específica planteada por los profesores que resulte capaz de identificar adecuadamente necesidades de información, selección de fuentes, tratamiento de datos y presentación acordes a los retos que se exigen desde el Master al proyecto para poder superarlo.			

Competencias

Código	
C11	(*)Realización de un proyecto completo de internacionalización de empresas, planificación de operaciones de comercio internacional, o marketing internacional
D24	(*)Planificación y realización de un proyecto integrado de internacionalización.
D25	(*)Planificación y realización de un proyecto de marketing internacional.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
- Absorber conocimientos potenciando actitudes y habilidades capaces de ayudar a competir en un entorno global.	C11 D24
- Interiorizar los conocimientos adquiridos mediante la integración conceptual, el análisis y la aplicación práctica.	D25
- Desarrollar una metodología adecuada para el diagnóstico, la generación de alternativas y la elección de opciones para la internacionalización de empresas, organizaciones o proyectos.	
- Propiciar la toma de decisiones activa en un contexto empresarial.	
- Favorecer la implicación en la puesta en marcha de proyectos de internacionalización o desarrollando alguno ya existente.	
- Estimular el emprendizaje de proyectos de internacionalización.	

Contenidos

Tema

Los contenidos del proyecto podrán desarrollar No procede.
 en cualquier actividad que implique
 internacionalización, con especial valor a aquellas
 que impliquen alianzas o el desarrollo de
 cooperación.

Los ámbitos del proyecto podrán centrarse en los
 siguientes:

- Exportación o importación de productos.
- Comercialización de servicios.
- Adquisición o venta internacional de tecnologías o desarrollo de proyectos internacionales que impliquen acciones consolidadas de I+D.
- Acuerdos de distribución y de cooperación en los que participen agentes internacionales.
- Producción, distribución, elaboración en el exterior de productos o servicios.
- Acuerdos de cooperación entre organizaciones, empresas o entidades que impliquen acciones en el ámbito global o internacional, en particular, empresas mixtas, filiales, tanto de producción o comercialización, contratos de asistencia técnica, licencias, contratos de asistencia, subcontratación, participación en proyectos i+d.
- También podrían articularse como combinación de los anteriores u otras propuestas a evaluar por los profesores siempre que impliquen internacionalización, inclusive inversa.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos tutelados	5	15	20
Proyectos	10	90	100
Trabajos y proyectos	3	27	30

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

Metodologías

	Descripción
Trabajos tutelados	
Proyectos	INTRODUCCIÓN: Justificación del trabajo Objetivos [identificar] Descripción específica de la metodología 1. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO 1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO GLOBAL. 1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO. 1.3 ANÁLISIS INTERNO [SÍ PROCEDE]. 1.4 DIAGNÓSTICO. 2. ESTRATEGIAS. 2.1 FIJACIÓN DE OBJETIVOS. 2.2 ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN. 2.3 SÍNTESIS: PLAN DIRECTOR DE INTERNACIONALIZACIÓN (incluyendo análisis simple de viabilidad). 3. CONCLUSIONES. Bibliografía. Anexos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Proyectos	Cada alumno tendrá al menos un profesor/a tutor/a, que hará un seguimiento de su trabajo y le asesorará cuando lo solicite. El tutor deberá informar al coordinador de la materia acerca de la adecuación del trabajo finalmente redactado para ser presentado y defendido.
Trabajos tutelados	

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Trabajos tutelados	INFORME ELABORADO POR EI TUTOR. El informe del tutor, conocedor del trabajo, se tendrá en cuenta en la calificación del alumno.	30		
Proyectos	DESARROLLO Y ELABORACIÓN DEL PROYECTO: (no cumplir plazos implicará un valoración de cero en el apartado correspondiente. Rango 0-10):- Propuesta y justificación del proyecto, peso 5% (sí el alumno no presenta una propuesta en el plazo previsto se le adjudicará por el profesor un proyecto) . - Estructura e índice tentativo, peso 5% - Elaboración del análisis (del entorno e interno, sí procede), peso 30% - Elaboración del diagnóstico, peso 20% - Elaboración de estrategias, peso 30% - Elaboración de la viabilidad e implantación, peso 10%	40	C11	D24 D25
Trabajos y proyectos	PRESENTACIÓN FINAL DEL PROYECTO: - La presentación deberá ser pública. Los criterios de evaluación serán: - Calidad de la presentación, peso 20%. - Contenidos, peso 50%. - Enfoque y originalidad, peso 20% - Bibliografía y documentación, peso 10%	30	C11	D24 D25

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las dos fases, Desarrollo y elaboración del proyecto (Proyectos) y Presentación final del proyecto (Trabajos y proyectos) necesitan ser superadas. Es decir, es necesario obtener por lo menos un 5 globalmente en cada parte para superar la *asignatura de proyecto.

En el caso de concurrir a la segunda convocatoria, se evaluará igualmente el seguimiento del proyecto con un 40% y el 30% de la evaluación global corresponderá a la Presentación final del proyecto que el alumno entregará en las condiciones establecidas por los profesores, y se evaluará de acuerdo con los criterios establecidos en la Presentación final del proyecto (apartado de trabajos y proyectos). El tutor aportará una calificación numérica que corresponde al 30% del total.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda haber superado las asignaturas del primer cuatrimestre.