



Facultad de Comercio

GUÍA DOCENTE

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 FACULTAD DE COMERCIO Y DE LA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO A La EEI.)



INSTALACIONES Y SERVICIOS

Puede consultar esta información en la web del centro: <http://www.fcomercio.es>

EQUIPO DECANAL

Equipo Decanal de la Facultad de Comercio

CALENDARIO ESCOLAR

- CALENDARIO ACADÉMICO DEL CURSO DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO
- El Calendario del Curso Académico del Grado en Comercio se puede consultar en la página web: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial

Asignaturas**Curso 1**

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06M101V03101	Economía Internacional	1c	3
V06M101V03102	Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo	1c	4.5
V06M101V03103	Contabilidad y Finanzas Internacionales	1c	4.5
V06M101V03104	Gestión de las Operaciones Internacionales	1c	4.5
V06M101V03105	Las TIC en el Comercio Internacional	1c	4.5
V06M101V03106	Inglés Comercial	1c	4.5
V06M101V03107	Dirección Internacional de la Empresa	1c	4.5
V06M101V03201	Derecho Internacional y Contratación	1c	3
V06M101V03202	Márketing Internacional	2c	4.5
V06M101V03203	Fiscalidad Internacional	2c	3
V06M101V03204	Transporte y Logística	2c	3
V06M101V03205	Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio	2c	4.5
V06M101V03206	Comunicación Profesional Internacional	2c	4.5
V06M101V03207	Practicum	2c	6
V06M101V03208	Trabajo de Fin de Máster	2c	6
V06M101V03209	Prácticas Externas	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Economía Internacional				
Asignatura	Economía Internacional			
Código	V06M101V03101			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Gallego Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Méndez, Miguel Enrique			
Profesorado	Martínez Fernández, Jacobo Manuel Pansera , Mario 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 aspectos relacionados con la globalización económica y el entorno internacional al que deben enfrentarse las empresas, 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.			

Competencias	
Código	
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
B2	Capacidad para comunicarse de forma oral y escrita en la propia lengua sobre conceptos técnicos.
C1	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.
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

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.	A4 B2 C1 D3
El alumno/a será capaz de entender y comprender el ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional.	C1 D3
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.	A4 B2 C1 D3

Contenidos	
Tema	
Global Megatrends.	Globalización. Global Megatrends. Implicaciones para los países desarrollados y en vías de desarrollo.

Balanza de Pagos y comercio exterior	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. Acuerdos de Libre Comercio (OMC/UE). Buenas prácticas comercio exterior. Los diferentes bloques comerciales y los estados nación.
Los impactos negativos de los tratados comerciales internacionales	Los impactos negativos de los tratados comerciales internacionales y sus oponentes (por ejemplo, ALCA, TTIP, TAP, etc.)
Visión Estratégica de la Empresa Gallega.	Crítica al PIB como medida de bienestar (decrecimiento y poscrecimiento) 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
Lección magistral	12	12	24
Estudio de casos	6	6	12
Resolución de problemas	4	8	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	25	27

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

Metodologías

	Descripción
Lección 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	Estudio de la situación actual y su repercusión en la actividad de la empresa.
Resolución de problemas	Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del estudiante bajo la supervisión del profesor.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	El profesor responsable de la actividad supervisará el desarrollo de la actividad realizada por cada estudiante 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 diferentes situaciones propuestas por el profesor para realizar de forma individual o en grupo.	40	A4	B2	C1	D3
Resolución de problemas	Análisis y solución de los ejercicios propuestos por el profesor durante el curso.	40	A4	B2	C1	D3
Resolución de problemas y/o ejercicios	Examen de los contenidos teóricos y prácticos de la materia	20	A4	B2	C1	D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los estudiantes 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 estudiantes 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 estudiantes 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, pero 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 o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Así mismo, se aportará al estudiante 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	V06M101V03102			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
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	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B2	Capacidad para comunicarse de forma oral y escrita en la propia lengua sobre conceptos técnicos.
B5	Trabajar en equipo.
C3	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.
C4	Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales.
C23	Planificación y realización de un proyecto integrado de internacionalización.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
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.	A2 B2 B5 C3 C23
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	A2 B5 C3 C4 C23

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.

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.
Habilidades directivas en los mercados internacionales	1. Conceptos previos. 2. Tipificación de empresas y estilos de dirección.
El entorno internacional de los negocios	1. El contorno en el marketing internacional. 2. Análisis PESTEL.
El plan de internacionalización	1. Actitud y orientación directiva. 2. Proceso de decisión de internacionalización. 3. Plan 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, entre otros

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	3	3	6
Debate	13	20	33
Estudio de casos	16	16	32
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	16	17
Examen de preguntas objetivas	1	15	16
Trabajo	0	8.5	8.5

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de las lecciones de acuerdo con la planificación del curso. Incluye preguntas, debate e intercambio de opinión.
Debate	Foros de discusión y debate en el que los estudiantes tendrán que plantear su consideración razonada sobre los temas planteados por el profesor.
Estudio de casos	Planteamiento de casos reales de empresas internacionalizadas sobre los que han responder los estudiantes de forma individual o en grupo.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Respuesta a dudas específicas que surjan a la hora de resolver el caso.
Pruebas	Descripción
Trabajo	Atención a cuestiones surgidas en proyectos colaborativos.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	0	B2 C3
Debate	Reflexión y debate sobre los temas propuestos por el profesor.	20 A2	B2 C3 C4 C23
Estudio de casos	Resolución de casos de estudio a partir de las pautas expuestas en clase.	25 A2	B2 C3 B5 C4 C23
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	5 A2	C3 C4 C23
Examen de preguntas objetivas	Prueba de pregunta tipo test para comprobar el seguimiento.	35	C3 C4 C23
Trabajo	Realización de un trabajo ligado a la internacionalización de la empresa.	15	B2 C3 B5 C4 C23

Otros comentarios sobre la Evaluación

Alumnos Versión Non Presencial|

Las pruebas tipo test tienen la misma valoración. El resto de valoraciones corresponderán a los foros u otras actividades planteadas por el coordinador de la materia.

Para superar la materia deberán entregar todas las actividades planteadas.

De no ser así la calificación figurará como no presentado (si no entrega el 20% de las actividades) o suspenso (si supera el 20% de entregables). En el espacio de Moovi dispondrán de la información requerida.

Convocatoria de julio

Para la convocatoria de julio, los alumnos presenciales deberán presentarse al examen en la fecha oficial. Para los alumnos no presenciales será necesario entregar todas las actividades solicitadas en el curso así como atender una prueba que se podrá responder en Moovi.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Cavusgil, T.S., Knight, G., Riesenberger, J., **International Business: The New Realities**, Pearson Prentice Hall, 2014

Bibliografía Complementaria

Cerviño, J., **Marketing internacional : nuevas perspectivas para un mercado globalizado**, Pirámide, 2006

Daniels, J., **International business: environments & operations**, Pearson, 2018

Cavusgil, S.T., Knight, G., Riesenberger, J.R., **International business: the new realities**, 4ª, Pearson, 2017

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Márketing Internacional/V06M101V03202

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad y Finanzas Internacionales**

Asignatura	Contabilidad y Finanzas Internacionales			
Código	V06M101V03103			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
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 Sáez 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	
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B5	Trabajar en equipo.
C5	Conocimiento de los medios internacionales de financiación y de pago, y de los procedimientos para cobertura de riesgos.
C6	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
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.	A4 B1 C5 C6
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	A4 B1 B5 C5 C6
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.	A4 B1 B5 C5 C6
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.	B1 C5 C6
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.	B1 C5 C6

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	11	28.5	39.5
Seminario	5	15	20
Lección magistral	18	18	36
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	15	17

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección 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		
Lección magistral	Valoración de la asistencia y participación del alumno en clase	10		C5	C6
Resolución de problemas y/o ejercicios	Calificación obtenida por el alumno en las pruebas de respuesta corta que planteen los profesores	90	A4	B1 B5	C5 C6

Otros comentarios sobre la Evaluación

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.- 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**, ICEX y ESIC, 2004

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

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

Chabert Fonts, Joan, **Manual de comercio exterior**, Gestión 2000, 2005

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Gestión de las Operaciones Internacionales				
Asignatura	Gestión de las Operaciones Internacionales			
Código	V06M101V03104			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Muñoz Dueñas, María del Pilar Rocha Rodríguez, Pablo			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es			
Web	http://mcinternacional.uvigo.es/es			
Descripción general	En la 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 y la importación, las técnicas y procedimientos que permitan resolver los problemas que se pueden plantear en el ámbito de las operaciones internacionales.			

Competencias

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B6	Aplicar el conocimiento a la práctica.
C9	Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación.
C10	Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional.
C13	Dominio de la terminología específica (Incoterms).

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación	A2 B1 B6 C9 C10 C13
Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional	A2 B1 B6 C9 C10 C13

Contenidos

Tema	
Tema 1. Introducción a la gestión de las Operaciones Internacionales	1.1 Importación, introducción y adquisición intracomunitaria 1.2 Exportación, expedición y entrega intracomunitaria 1.3 Política comercial 1.4 Operaciones intracomunitarias: INTRASTAT
Tema 2. Grupos geoeconómicos mundiales	2.1 Territorios aduaneros 2.2 Áreas de libre comercio 2.3 Zonas exentas

Tema 3. Gestión aduanera	3.1 Análisis y manejo del TARIC 3.2 Búsquedas de partidas arancelarias 3.3 Arancel 3.4 Documentos de comercio exterior
Tema 4. Regímenes aduaneros económicos	4.1 Régimen temporal 4.2 Régimen de perfeccionamiento activo y pasivo 4.3 Transformación a raya de aduanas 4.4 Tránsito 4.5 Franquicias aduaneras 4.6 Zonas francas, depósitos francos, depósitos aduaneros y depósitos fiscales
Tema 5. Licitaciones públicas internacionales	5.1 Organismos multilaterales de desarrollo 5.2 Licitaciones públicas internacionales 5.3 El proceso de licitación
Tema 6. Las alianzas estratégicas internacionales y sus operaciones	6.1 Acuerdos de cooperación empresarial 6.2 Clases de acuerdos 6.3 Ventajas y desventajas 6.4 Principales operaciones: joint ventures

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas con apoyo de las TIC	21	21	42
Trabajo tutelado	3	10	13
Foros de discusión	0	4	4
Lección magistral	10	10	20
Examen de preguntas objetivas	1	16	17
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	15.5	16.5

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

Metodologías

	Descripción
Prácticas con apoyo de las TIC	Se trata de buscar en las páginas web idóneas la información necesaria para la realización de los despachos aduaneros
Trabajo tutelado	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.
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.
Lección 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
Lección magistral	En el horario de tutorías y/o acordado con el alumno/a.
Prácticas con apoyo de las TIC	En el horario acordado entre el conferenciante y el alumno/a.
Trabajo tutelado	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 con apoyo de las TIC	Asistencia, participación y ejercicios asociados a las clases	10 A2	B1 C9 B6 C10 C13
Trabajo tutelado	Elaborar informes sobre operaciones derivadas de alianzas internacionales (creación de una empresa mixta...) y otras tareas complementarias (política comercial, trabajo LPI y foros)	20 A2	B1 C9 B6 C10 C13
Lección magistral	Asistencia y participación en las clases	10	C9 C10 C13

Examen de preguntas objetivas	En pruebas parciales y/o en el examen oficial de la materia	30			C9 C10 C13
Resolución de problemas y/o ejercicios	En pruebas parciales y/o en el examen oficial de la materia	30	A2	B1 B6	C9 C10 C13

Otros comentarios sobre la Evaluación

Cumplen los requisitos de la evaluación continua los alumnos que realicen las actividades de todos los módulos. No se considerará realizada la actividad de uno módulo si la nota es inferior a un 3 sobre 10. También es obligatorio participar en los foros y obtener una nota superior a 3 en el examen final. Las actividades tendrán una puntuación máxima del 40%.

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

Módulos 1 y 2: 40%

Módulos 3 y 4: 40%

Módulo 5: 20%

Módulo 6: No obligatorio.

Los alumnos que no hayan superado la materia o no cumplan los requisitos de la evaluación continua deberán utilizar la segunda oportunidad en julio. Para superar la materia en la segunda convocatoria, los estudiantes deberán entregar los ejercicios solicitados por los profesores y hacer el examen en la fecha oficial de la convocatoria.

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

Cualquier situación de plagio o copia en la entrega de los trabajos supondrá de inmediato un suspenso en la calificación final.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

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

Bibliografía Complementaria

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

ROCA AYMAR, J.L., **El arbitraje mercantil internacional On Line**, ICEX, 2011

Recomendaciones

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el estudiante 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**Las TIC en el Comercio Internacional**

Asignatura	Las TIC en el Comercio Internacional			
Código	V06M101V03105			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio			
Profesorado	Alves Martínez, Luís Fernando Castro Rascado, Enrique García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
Descripción general				

Competencias

Código	
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B4	Dominio de las TIC relacionadas con el comercio internacional.
B5	Trabajar en equipo.
C14	Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet. Dominio de las operaciones electrónicas, y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos, y estructuras de funcionamiento.
C15	Conocimiento de las distintas aplicaciones de gestión de datos y herramientas informáticas para el comercio electrónico.
C16	Obtención y valoración de información en Internet.
C17	Análisis de software, elección de sistemas y aplicaciones.

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.	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

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
Resolución de problemas	18	37.8	55.8
Prácticas con apoyo de las TIC	10	22.6	32.6
Lección magistral	7	14	21
Examen de preguntas objetivas	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
Resolución de problemas	Realización de trabajos de manera individual o grupal, planteados durante las horas presenciales. Pueden requerir que el/la estudiante tenga que documentarse, reflexionar, analizar casos de estudio y / o resolver problemas.
Prácticas con apoyo de las TIC	Prácticas en aula de informática y autónomas usando herramientas TIC.
Lección 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
Resolución de problemas	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. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, ...) bajo la modalidad de concertación previa. En la medida de lo posible se atenderán estas solicitudes de tutorización no presencial en un plazo máximo de 3 días hábiles.
Pruebas	Descripción
Examen de preguntas objetivas	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			
Resolución de problemas	Se evaluarán los trabajos elaborados por los alumnos, de manera individual o grupal, en las actividades de realización de trabajos, ejercicios, resolución de problemas, documentación y análisis de casos y situaciones. Se podrá también evaluar las presentaciones de los trabajos que se hagan en clase.	90	A5	B4	C14	C15
Examen de preguntas objetivas	Prueba escrita donde se deberán contestar preguntas breves y/o tipo test de selección simple o múltiple. Versarán sobre todos los contenidos de la materia.	10	A5	B4	C14	C15
				B5	C16	C17

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación anterior es válida para **estudiantes que sigan la evaluación continua**. Las condiciones para ser evaluados/as por evaluación continua son:

- Para estudiantes en modalidad presencial: deberán asistir a un mínimo del 75% de las horas presenciales de la materia.
- Para estudiantes 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 la modalidad para alumnado que no siga la evaluación continua (ver más abajo). Alternativamente, el/la estudiante que a pesar de cumplir estas condiciones no quiera ser evaluado/a 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/a alumno/a que cumpla las condiciones descritas será evaluado por evaluación continua. De manera general, para estudiantes presenciales o virtuales, evaluados/as por evaluación continua, que hayan cumplido todos los requisitos indicados para optar a superar la materia por esta vía, la nota final N 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 Examen de preguntas objetivas.

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 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:

$$N=\text{mínimo}(0,9*A+0,1*B ; 4,9)$$

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

Los/las estudiantes que no sigan la modalidad de evaluación continua, así como quienes se presenten a las convocatorias de 2ª oportunidad (Julio) u otras convocatorias extraordinarias que puedan establecerse, deberán realizar y entregar, antes de la fecha del examen, todas las actividades o ítem evaluables de los apartados de Resolución de problemas y/o ejercicios que se plantearan en la materia. Y realizar el Examen de preguntas objetivas indicado en la sección de Evaluación. En este caso, la nota final será:

$$N=0,65*A + 0,35 *B$$

siendo "A" la nota obtenida en las actividades de los apartados de Estudio de casos y Resolución de problemas, calculada tal y como se explicó anteriormente; y "B" la nota obtenida en el examen.

En cualquiera caso es altamente recomendable que el/la estudiante comunique al docente su intención de seguir esta modalidad de evaluación para recibir las indicaciones pertinentes.

Las fechas de exámenes oficiales de las distintas convocatorias serán las publicadas en la página web del Máster:

<http://mcinternacional.webs.uvigo.es/>

EN CASO DE DUDA, DISCREPANCIA, ERROR DE TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, U SIMILAR, PREVALECERÁ 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

BusinessGoOn, **Guía de Big Data**, BusinessGoOn,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio/V06M101V03205

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	V06M101V03106			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli Trusca , Marioara Mirela			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://http://mcinternacional.webs.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	
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
B3	Dominio de lenguas extranjeras aplicadas al comercio.
C18	Conocimiento de los registros específicos del inglés para negocios.
C19	Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
C20	Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
C21	Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
C22	Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.

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.	A3 B3 C20 C22 D1
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos.	A3 B3 C18 C19 C21 D1
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	A3 B3 C20 C21 D1
Dominio de la terminología específica y la correcta aplicación y uso en la redacción de textos escritos en inglés.	A3 B3 C18 C19 D1

Contenidos	
Tema	

Técnicas de búsqueda y adquisición de vocabulario	1.1. Sistematización del aprendizaje terminológico: sufijos y prefijos, familias léxicas y derivación, combinaciones frecuentes, falso amigos, verbos frasales, ... 1.2. Uso de diccionarios y otros materiales de referencia: tipos, información, búsquedas en la red
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
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	6	12.5	18.5
Prácticas de laboratorio	18	56	74
Trabajo	10	8	18

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo, los materiales, la bibliografía y la evaluación.
Lección magistral	Presentación de contenidos teórico-prácticos, discusión e instrucciones sobre trabajos y tareas a llevar a cabo.
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.

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
Lección magistral	Actividades, ejercicios y trabajos individuales o en grupo que se realizan fuera del aula y han de entregarse en las fechas límite.	60	A3 B3 C18 D1 C19 C20
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.	40	A3 B3 C21 D1 C22

Otros comentarios sobre la Evaluación

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 (con un periodo de gracia de 24 horas en el que las actividades se evaluarán como SUSPENSO/APROBADO). Si el alumnado no supera la materia por evaluación continua, deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final

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

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto, foro de Moovi, ...) con cita previa (en la medida de lo posible, se responderá en un plazo máximo de 3 días hábiles).

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

Lisboa, Martin and Michael Hanford, **Business Advantage, Advanced**, 1st, Cambridge University Press, 2012

Morrison, Janet, **The International Business Environment**, Palgrave, 2002

Guffey, Mary Ellen, **Business Communication. Process and Product**, Southwestern College, 2000

Lau, Susan, Freya Preuss, Rosemary Richey, Margit Soll and Isobel Williams, **Money Matters**, 1st, Rio Press/Richmond, 2018

Cross-Cultural Communication, 1st, Insight Media,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación Profesional Internacional/V06M101V03206

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.

La bibliografía completa se incorporará en cada uno de los temas.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Dirección Internacional de la Empresa**

Asignatura	Dirección Internacional de la Empresa			
Código	V06M101V03107			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento	Dpto. Externo Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Cabanelas Omil, José Lampón Caride, Jesús Fernando Lloveras Gutiérrez, Javier			
Correo-e	pcabanelas@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	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B5	Trabajar en equipo.
C3	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.
C4	Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales.
C23	Planificación y realización de un proyecto integrado de internacionalización.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
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	A2 B5 C3 C4 C23

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.
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.
Habilidades directivas en los mercados internacionales	1. Conceptos previos. 2. Tipificación de empresas y estilos de dirección.

El entorno internacional de los negocios	1. El contorno en el marketing internacional. 2. Análisis PESTEL.
El plan de internacionalización	1. Actitud y orientación directiva. 2. Proceso de decisión de internacionalización. 3. Plan 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, entre otros

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	3	3	6
Debate	13	20	33
Estudio de casos	16	16	32
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	16	17
Examen de preguntas objetivas	1	15	16
Trabajo	0	8.5	8.5

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de las lecciones de acuerdo con la planificación del curso. Incluye preguntas, debate e intercambio de opinión.
Debate	Foros de discusión y debate en el que los estudiantes tendrán que plantear su consideración razonada sobre los temas planteados por el profesor.
Estudio de casos	Planteamiento de casos reales de empresas internacionalizadas sobre los que han responder los estudiantes de forma individual o en grupo.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Respuesta a dudas específicas que surjan a la hora de resolver el caso.
Pruebas	Descripción
Trabajo	Atención a cuestiones surgidas en proyectos colaborativos.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	0	C3
Debate	Reflexión y debate sobre los temas propuestos por el profesor.	20	A2 C3 C4 C23
Estudio de casos	Resolución de casos de estudio a partir de las pautas expuestas en clase.	25	A2 B5 C3 C4 C23
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	5	A2 C3 C4 C23
Examen de preguntas objetivas	Prueba de pregunta tipo test para comprobar el seguimiento.	35	C3 C4 C23
Trabajo	Realización de un trabajo ligado a la internacionalización de la empresa.	15	B5 C3 C4 C23

Otros comentarios sobre la Evaluación

Alumnos Versión Non Presencial|

Las pruebas tipo test tienen la misma valoración. El resto de valoraciones corresponderán a los foros u otras actividades planteadas por el coordinador de la materia.

Para superar la materia deberán entregar todas las actividades planteadas.

De no ser así la calificación figurará como no presentado (si no entrega el 20% de las actividades) o suspenso (si supera el 20% de entregables). En el espacio de Moovi dispondrán de la información requerida.

Convocatoria de julio

Será necesario entregar todas las actividades solicitadas en el curso así como atender una prueba que se podrá responder en Moovi.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Cavusgil, T.S., Knight, G., Riesenberger, J., **International Business: The New Realities**, Pearson Prentice Hall, 2014

Bibliografía Complementaria

Cerviño, J., **Marketing internacional : nuevas perspectivas para un mercado globalizado**, Pirámide, 2006

Daniels, J., **International business: environments & operations**, Pearson, 2018

Cavusgil, S.T., Knight, G., Riesenberger, J.R., **International business: the new realities**, 4ª, Pearson, 2017

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Márketing Internacional/V06M101V03202

DATOS IDENTIFICATIVOS**Derecho Internacional y Contratación**

Asignatura	Derecho Internacional y Contratación			
Código	V06M101V03201			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Profesorado	González López, Marta Lloves Suarez, Elias Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Correo-e	picatoste@paseodealfonso.com; victoriapicatoste@vento.es			
Web				
Descripción general	Derecho de la contratación internacional ("Derecho Internacional y Contratación") es una materia en la que se estudian desde una perspectiva jurídica, las distintas figuras de los más relevantes contratos internacionales, tanto en el ámbito mercantil como laboral, de forma que el alumno pueda percibir que el mercado internacional es un espacio regulado por normas jurídicas en el que los sujetos actuantes tienen derechos y obligaciones, en su caso, exigibles ante los tribunales.			

Competencias

Código	
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
B2	Capacidad para comunicarse de forma oral y escrita en la propia lengua sobre conceptos técnicos.
C2	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 aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional, en especial del funcionamiento de los recursos legales disponibles para la resolución de conflictos con elemento internacional.	B2 C2
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, en especial los relativos al ámbito de la contratación.	A4 B2 C2

Contenidos

Tema	
MÓDULO I. Marco Institucional y fuentes del Derecho del Comercio Internacional.	1. Marco Institucional 2. Las fuentes del Derecho del Comercio Internacional.
MÓDULO II: La compraventa internacional.	1. Introducción: La Convención de Viena de 1980. 2. Formación del contrato. 3. Transmisión del riesgo. 4. Obligaciones de las partes. 5. El incumplimiento del contrato 6. Los INCOTERMS.
MÓDULO III: Otras figuras contractuales. Instrumentos de cobro y pago.	1. Contratos de distribución y cooperación. 2. Contratos de transporte. 3. Contratos de financiación. 4. Instrumentos de cobro y pago.
MÓDULO IV: Contrato de trabajo con elemento extranjero.	1. Determinación del foro nacional competente. 2. Determinación de la ley nacional aplicable.

MÓDULO V: Desplazamiento de trabajadores en el marco de una prestación de servicios transnacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empresas españolas que desplacen trabajadores a otro Estado miembro. 2. Empresas de cualquier otro Estado miembro del EEE que desplacen trabajadores a España.
MÓDULO VI: Relación de Seguridad Social.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las reglas comunitarias de coordinación de la Seguridad Social. 2. Normativa convencional internacional.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	12	24	36
Resolución de problemas de forma autónoma	10	10	20
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	17	19

*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 casos relacionados con los contenidos teóricos expuestos en las sesiones magistrales, bien bajo la guía y supervisión del profesor, bien de forma autónoma por el alumno, que sirvan para la interpretación de dichos contenidos aplicando y completando los conocimientos adquiridos.
Resolución de problemas de forma autónoma	Resolución de casos prácticos y ejercicios, y respuestas a cuestionarios de índole teórica o teórico-práctica por parte del alumno bajo la supervisión del profesor.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas de forma autónoma	Atención a dudas referidas a los casos o supuestos prácticos propuestos
Estudio de casos	Resolución de cuestiones ligadas a los estudios de casos

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Estudio de casos	Se valorarán el trabajo personal, las aportaciones y las buenas intervenciones que realicen los alumnos al respecto.	40	A4	B2	C2
Resolución de problemas de forma autónoma	Se valorará el correcto planteamiento en términos jurídicos del caso y la búsqueda y adecuada aplicación de los preceptos legales que correspondan.	40	A4	B2	C2
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se realizará un test final sobre los contenidos teórico-prácticos de la materia impartidos en las sesiones magistrales.	20			C2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que sigan el curso por el sistema de teledocencia deberán desarrollar las tareas y responder los cuestionarios se les propongan durante el cuatrimestre, aplicándoseles los mismos baremos, en cuanto a calificación, que los presenciales.

Para la segunda convocatoria se aplicarán los criterios anteriores. En su caso, el alumno que se presente en esta convocatoria, además de realizar las tareas que se le señalen en la fecha oficialmente fijada al efecto, deberá presentar en la misma fecha los trabajos que se le hubieren encargado al efecto.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

Esteban de la Rosa, Fernando, **Legislación de los Negocios Internacionales**, Tecnos, 2007

Sánchez Lorenzo, Sixto A., **Claúsulas en los contratos internacionales**, Atelier, 2012

Molina Navarrete, C.; Esteban de la Rosa, **La movilidad transnacional de trabajadores: reglas prácticas**, Comares, 2002

Alvarez González, Santiago, **Legislación de Derecho Internacional Privado**, Última edición, 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,

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Márketing Internacional				
Asignatura	Márketing Internacional			
Código	V06M101V03202			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Daponte, María del Rocío Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, David Cabanelas Lorenzo, Pablo Lloveras Gutiérrez, Javier López Miguens, María Jesús López Suárez, Óscar Rodríguez Daponte, María del Rocío Vázquez- Palacios Sánchez, Alejandro			
Correo-e	rocio@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descripción general				

Competencias	
Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
C4	Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales.
C22	Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
C24	Planificación y realización de un proyecto de marketing internacional.
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

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.	A2 B1 C4 C22 C24 D3

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
Lección magistral	16	16	32
Seminario	1	1	2
Debate	6	12	18
Resolución de problemas y/o ejercicios	12	23	35
Examen de preguntas objetivas	1	20	21
Trabajo	0	4,5	4,5

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición de conceptos teóricos y/o prácticos para la comprensión de la materia.
Seminario	Conferencias temáticas desarrolladas por expertos en la materia. Incluye exposición y un turno de discusión entre los asistentes.
Debate	El alumnado deberá de participar en los debates o foros de la materia.

Atención personalizada

Pruebas Descripción

Trabajo	Resolución de dudas del alumnado en relación con algún aspecto de la materia (contenido, trabajo y/o prácticas), proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje.
---------	---

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Debate	Participación en foros o debates sobre la materia.	30 A2	B1 C4 D3 C24
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno desarrollara casos prácticos, lecturas o ejercicios sobre temas relacionados con la materia.	40 A2	C4 C22 C24
Examen de preguntas objetivas	Prueba/s para la evaluación de competencias adquiridas. Podrán ser pregunta tipo test, ejercicios, trabajos, etc. para comprobar el seguimiento.	30	C4 C22 C24

Otros comentarios sobre la Evaluación

El MCI sigue un proceso de evaluación continua a través de la plataforma de teledocencia.

Para superar la materia deberán entregar todas las actividades planteadas. En caso contrario figurará como non presentado.

En el espacio de teledocencia se dará toda la información de la materia.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Cerviño, J., **Marketing internacional. Nuevas perspectivas para un mercado globalizado**, 1ª, Pirámide, 2006
Czinkota, M.; Ronkainen, I., **Marketing internacional**, 10ª, McGraw-Hill, 2013
Pla, J.; León, F., **Dirección de empresas internacionales**, Prentice-Hall, 2014
Cateora, P.R., **Marketing Internacional**, McGrawHill, 2014
García Loma, O., **Marketing Internacional**, Global Marketing Strategies, 2016

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Fiscalidad Internacional**

Asignatura	Fiscalidad Internacional			
Código	V06M101V03203			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
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.gal pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conocer y saber liquidar los impuestos vinculados con las actividades internacionales de la empresa general			

Competencias

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B6	Aplicar el conocimiento a la práctica.
C7	Dominio de los diferentes tributos relacionados con el comercio internacional.
C8	Resolución de problemas prácticos de tributación en las operaciones de 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.	A2 B1 B6 C7 C8

Contenidos

Tema	
1 Impuesto aduanero	1.1.- Base imponible: ajustes de los artículos 32 y 33 del Código Aduanero Modernizado. 1.2.- Zonas exentas.
2 IVA en las operaciones intracomunitarias de bienes y servicios	2.1.- Conceptos generales sobre el IVA 2.2.- Operaciones exentas 2.3.- Entregas y adquisiciones intracomunitarias de bienes 2.4.- Ventas online en la UE 2.5.- Tributación de los servicios intracomunitarios 2.6.- Recuperación de los IVAS soportados en otros países: modelos 360 y 361 2.7.- Declaración estadística Intrastat

3 IVA en las operaciones con terceros países	3.1.- Exportación de bienes 3.2.- Operaciones asimiladas a las exportaciones 3.3.- Operaciones vinculadas a las exportaciones 3.4.- Tax Free y Duty Free 3.5.- El IVA en las exportación de servicios 3.6.- El IVA en las importación de bienes 3.7.- Operaciones asimiladas a las importaciones 3.8.- Importación por un Estado miembro distinto del país de entrada 3.9.- Depósito distinto del aduanero 3.10.- Modelos liquidatorios
4 Impuestos especiales	4.1. Ámbito de aplicación 4.2. Hecho imponible 4.3. Devengo 4.4. Sujeto pasivo
5 Inversión en el exterior	5.1.- Introducción, ¿qué se busca con la inversión directa en el exterior? 5.2.- Economías de escala ligadas a la internacionalización. 5.3.- Condiciones necesarias para la inversión directa exterior 5.4.- El proceso de internacionalización. ¿Por donde empezar? 5.5.- Factores determinantes para escoger el destino de la inversión en el exterior

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	10	10	20
Resolución de problemas	12	36	48
Actividades introductorias	2	5	7

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición, por parte del profesorado, de los conceptos teóricos, ejemplos y casos relacionados con el programa de la asignatura.
Resolución de problemas	Resolución de problemas y ejercicios
Actividades introductorias	Presentación de la asignatura por parte del profesorado: 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
Lección magistral	Resolución dudas individuales
Resolución de problemas	Atención a dificultades de comprensión de los/las estudiantes

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Lección magistral	Asistencia participativa a clase	10		C7 C8
Resolución de problemas	Realización de los ejercicios y problemas propuestos por los profesores de la asignatura	90	A2	B1 B6 C7 C8

Otros comentarios sobre la Evaluación

1.- EVALUACIÓN CONTINUA

El/La estudiante deberá superar todas las pruebas periódicas y realizar todas las actividades o ejercicios que proponga el profesorado de la asignatura a lo largo del curso.

2.- EXAMEN FINAL

El/La estudiante 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**

Mascó Palau, B., **Tratado de aduanas e impuestos especiales**, Bosch, 2013

Arteaga, J., **Manual de internacionalización**, ICEX, 2017

Recomendaciones**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

Gestión de las Operaciones Internacionales/V06M101V03104

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Transporte y Logística				
Asignatura	Transporte y Logística			
Código	V06M101V03204			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
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			
	<ul style="list-style-type: none"> - Organización del sistema de logística. El sistema de información logística. - Previsión, planificación y reabastecimiento colaborativo en la cadena de suministro. - Operativo en la cadena de suministro. Racionalización de la cadena de suministro. - Gestión de compras y gestión de stock en empresas de servicios: fundamentos. - El Departamento de Compras. La selección de los proveedores y el proceso de negociación. - Estrategia del sistema de almacenamiento. Diseño del sistema de almacenamiento. - Gestión de almacenes. Agilización de flujos de información y operaciones. Organización del operativo en el almacén. 			

Competencias	
Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
C11	Conocimiento de los diferentes medios de transporte y su operativa.
C12	Conocimiento de la logística relacionada con el comercio internacional.
C13	Dominio de la terminología específica (Incoterms).

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Aplicar herramientas de búsqueda, filtrado e interpretación en el área logística.	A2 B1 C11
Establecer objetivos, desarrollar estrategias y planes de acción propios de las actividades de transporte y logística.	A2 C11 C12 C13
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.	C11 C12 C13
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.	A2 B1

Contenidos	
Tema	
Tema 1: El contenedor marítimo	1.1.- Introducción 1.2.- Tipos de Contenedores 1.3.- Logística del Contenedor 1.4.- Costes asociados al transporte de Contenedores

Tema 2: Los incoterms	2.1.- Introducción 2.2.- Incoterms Multimodales 2.3.- Incoterms del Transporte Marítimo
Tema 3: Gestión de stocks	3.1.- Introducción 3.2.- Concepto de Logística 3.3.- La Gestión de Stocks 3.4.- Costes asociados a los Stocks 3.5.- Diseño del modelo de Gestión de Stocks
Tema 4: Gestión de compras	4.1.- Introducción 4-2.- Proceso de compra 4-3.- Agentes de compras 4-4.- Relación cliente-proveedor
Tema 5: Logística Lean	5-1.- Introducción 5-2.- Origen y principios fundamentales 5-3.- Enemigos del Lean 5-4.- Stock mínimo 5-5.- Pequeños lotes 5-6.- Resolución de problemas 5-7.- Sistema Kanban 5-8.- Pensamiento Lean en la relación con proveedores y clientes

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	12	12	24
Resolución de problemas	5	10	15
Estudio de casos	5	10	15
Examen de preguntas objetivas	1	10	11
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	9	10

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

Metodologías

	Descripción
Lección 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	Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del alumno de forma individual o en grupo bajo la supervisión del profesor.
Estudio de casos	Resolución en grupo de casos relacionados con los contenidos de la asignatura, bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Supervisión por parte del profesor del tema o materia estudiada.
Resolución de problemas	Supervisión por parte del profesor del tema o materia estudiada.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas	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	A2 B1 C11 C12 C13
Estudio de casos	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	A2 B1 C11 C12 C13
Examen de preguntas objetivas	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia. Éste deberá elegir una respuesta de entre varias propuestas.	30	C11 C12 C13
Resolución de problemas y/o ejercicios	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia. La respuesta debe ser breve.	30	A2 B1 C11 C12 C13

Otros comentarios sobre la Evaluación

La **primera parte de la asignatura** (50% de la nota), correspondiente a los **temas 1, 2 y 3**, consta de actividades obligatorias y evaluables:

- 1 caso práctico
- 4 cuestionarios
- 1 trabajo

La **segunda parte de la asignatura** (50% de la nota), correspondiente a los **temas 4 y 5**, consta de actividades obligatorias y evaluables:

- Examen final (60% de la nota de la segunda parte): Este examen se llevará a cabo en la fecha y hora oficiales.
- Actividades propuestas (40% de la nota de la segunda parte)

Para aprobar la segunda parte es necesario cumplir dos condiciones: aprobar el examen final y obtener un mínimo de 5 puntos en una escala de 0 a 10 puntos.

En el caso de aprobar el examen, la nota de esta parte resulta de la suma de la nota obtenida en el examen y las notas de las actividades propuestas.

En el caso de no aprobar el examen, la nota de esta parte será el resultado de expresar la puntuación del examen en una escala de 0 a 10 puntos.

Es necesario y obligatorio aprobar la primera y la segunda parte para superar la asignatura.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

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

SANTOS, J. y OTROS, **Mejorando la producción con lean thinking**, Pirámide, 2015

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

ARIAS ARANDA, D. Y MINGUELA RATA, B. (Coords.), **Dirección de la producción y operaciones. Decisiones estratégicas**, Pirámide, 2018

ARIAS ARANDA, D. Y MINGUELA RATA, B. (Coords.), **Dirección de la producción y operaciones. Decisiones operativas**, Pirámide, 2018

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

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

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

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

GARCÍA VILLALOBOS, J. C., **La cadena de suministro (supply chain): Gestión de la logística comercial**, Fundación Universitaria San Pablo CEU, 2021

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

MARCO, J. A., **Logística 5.0**, Almuzara, 2021

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

FERNÁNDEZ SASIAÍN, FRANCISCO, **Estiba y Trincaje de Mercancías en Contenedor**, Marge Books, 2014

GARCÍA ARCA, JESÚS; GONZÁLEZ-PORTELA GARRIDO, ALICIA TRINIDAD; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **La mejora en la eficiencia y sostenibilidad de la cadena de suministro mediante el diseño del envase y el embalaje**, Servicio de Publicacións de la Univesidade de Vigo, 2016

GARCÍA ARCA, JESÚS; GONZÁLEZ-PORTELA GARRIDO, ALICIA TRINIDAD; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **Envases y Embalajes Sostenibles. Retos de diseño en cadenas de suministro globales**, Andavira Editora, 2019

Recomendaciones

Otros comentarios

Los/as alumnos/as matriculados/as en la modalidad no presencial (virtual) del Máster de Comercio Internacional dispondrán de material didáctico a través de MOOVI 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	V06M101V03205			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio			
Profesorado	Castro Rascado, Enrique García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
Descripción general				

Competencias

Código	
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B4	Dominio de las TIC relacionadas con el comercio internacional.
B5	Trabajar en equipo.
C14	Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet. Dominio de las operaciones electrónicas, y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos, y estructuras de funcionamiento.
C15	Conocimiento de las distintas aplicaciones de gestión de datos y herramientas informáticas para el comercio electrónico.
C16	Obtención y valoración de información en Internet.
C17	Análisis de software, elección de sistemas y aplicaciones.

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.	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

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
Lección magistral	7	15.6	22.6
Aprendizaje basado en proyectos	28	58.8	86.8
Examen de preguntas objetivas	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
Lección 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.
Aprendizaje basado en proyectos	Los estudiantes llevan a cabo la realización de un proyecto o trabajo en un tiempo determinado, para resolver problemas, casos de estudio, o abordar tareas 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
Aprendizaje basado en proyectos	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. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, ...) bajo la modalidad de concertación previa. En la medida de lo posible se atenderán estas solicitudes de tutorización no presencial en un plazo máximo de 3 días hábiles.
Pruebas	Descripción
Examen de preguntas objetivas	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
Aprendizaje basado en proyectos	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	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17
Examen de preguntas objetivas	Consistirá en una prueba escrita donde se deberán contestar preguntas breves y/o tipo test de selección simple o múltiple. Versarán sobre todos los contenidos de la materia.	10	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

- Para estudiantes en modalidad presencial: deberán asistir a un mínimo del 75% de las horas presenciales de la materia.
- Para estudiantes 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 la modalidad para alumnado que no siga la evaluación continua (ver más abajo).

Alternativamente, el/la estudiante que a pesar de cumplir estas condiciones no quiera ser evaluado/a 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/a alumno/a que cumpla las condiciones descritas será evaluado por evaluación continua.

De manera general, para estudiantes presenciales o virtuales, evaluados/as por evaluación continua, que hayan cumplido todos los requisitos indicados para optar a superar la materia por esta vía, la nota final N 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 Aprendizaje basado en proyectos.
- Y B la nota obtenida en el apartado de Pruebas de respuesta corta.

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 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:

$$N=\text{minimo}(0,9*A+0,1*B ; 4,9)$$

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

Los/las estudiantes que no sigan la modalidad de evaluación continua, así como quienes se presenten a las convocatorias de Julio u otras convocatorias extraordinarias que puedan establecerse, deberán realizar y entregar, antes de la fecha del examen, todas las actividades o ítem evaluables del apartado de Aprendizaje basado en proyectos que se plantearan en la materia. Y realizar el Examen de preguntas objetivas indicado en la sección de Evaluación. En este caso, la nota final será:

$$N=0,65*A + 0,35 *B$$

siendo "A" la nota obtenida en las actividades del apartado de Aprendizaje basado en proyectos , calculada tal y como se explicó anteriormente; y "B" la nota obtenida en el Examen de preguntas objetivas.

En cualquiera caso es altamente recomendable que el/la estudiante comunique al docente su intención de seguir esta modalidad de evaluación para recibir las indicaciones pertinentes.

Las fechas de exámenes oficiales de las distintas convocatorias serán las publicadas en la página web del Máster:
<http://mcinternacional.webs.uvigo.es/>

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

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.**, 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
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, **Marketing 4.0**, John Wiley & Sons Inc, 2017

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Las TIC en el Comercio Internacional/V06M101V03105

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	V06M101V03206			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli Trusca , Marioara Mirela			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
Descripción general	Esta es una materia de inglés para fines específicos en el campo del comercio internacional. Hay un especial énfasis en los aspecto comunicativos orales y las microdestrezas profesionales.			

Competencias

Código	Descripción
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
B3	Dominio de lenguas extranjeras aplicadas al comercio.
C13	Dominio de la terminología específica (Incoterms).
C18	Conocimiento de los registros específicos del inglés para negocios.
C19	Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
C20	Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
C21	Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.

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.	A3 B3 C20 C21 D1
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos.	A3 B3 C18 C19 C21 D1
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	A3 B3 C13 C20 C21 D1
Dominio de la terminología específica y la correcta aplicación y uso en la redacción de textos escritos en inglés.	A3 B3 C13 C18 C19 D1

Contenidos	
Tema	
1. Job search	1.1. CV 1.2. Cover and application letters 1.3. Job advertisements 1.4. Job interviews
2. Meetings	2.1. Participating in meetings 2.2. Formal meetings 2.3. Informal meetings 2.4. Networking
3. Negotiations	3.1. Preparing to negotiate 3.2. Bargaining 3.3. Dealing with conflict 3.4. International negotiations
4. Professional presentations	4.1. Prepare 4.2. Practice 4.3. Perform

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	6	18	24
Prácticas con apoyo de las TIC	20	42.5	62.5
Práctica de laboratorio	2	4	6
Simulación o Role Playing	2	4	6
Trabajo	2	4	6
Presentación	2	4	6

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

Metodologías	
	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo, los materiales, la bibliografía y la evaluación.
Lección magistral	Presentación de contenidos teórico-prácticos, discusión e instrucciones sobre trabajos y tareas a llevar a cabo.
Prácticas con apoyo de las TIC	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas con apoyo de las TIC	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			
Lección magistral	Realización de trabajos individuales y pruebas cortas. Por ejemplo, un texto sobre marca personal.	60	A3	B3	C18 C20 C21	D1
Prácticas con apoyo de las TIC	Realización de tareas y actividades individuales, en parejas y grupo. Por ejemplo, una exposición oral.	40	A3	B3	C13 C19	D1

Otros comentarios sobre la Evaluación

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 (con un periodo de gracia de 24 horas en el que las actividades se evaluarán como SUSPENSO/APROBADO). Si el alumnado no supera la materia por evaluación continua, deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final

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

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto, foro de Moovi, ...)

con cita previa (en la medida de lo posible, se responderá en un plazo máximo de 3 días hábiles).

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Downes, Colm, **Cambridge English for Job-Hunting**, 9th, Cambridge University Press, 2014

Mascull, Bil, **English Vocabulary in Use. Advanced**, 1st, Cambridge University Press, 2004

Robinson, Nick, **Cambridge English for Marketing**, 1st, Cambridge University Press, 2010

Hughes, John and Andrew Mallett,, **Successful Meetings. Video Course**, 1st, Oxford University Press, 2012

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Inglés Comercial/V06M101V03106

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.

La bibliografía completa se incorporará en cada uno de los temas.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Practicum				
Asignatura	Practicum			
Código	V06M101V03207			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
Descripción general	Esta materia está asociada al período de prácticas que deben realizar los alumnos del máster de comercio internacional. El cometido es facilitar la documentación necesaria para realizar las prácticas así como definir el cómo se debe hacer la memoria de prácticas.			

Competencias

Código	
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B5	Trabajar en equipo.
B6	Aplicar el conocimiento a la práctica.
C25	Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D2	Capacidad para comunicarse por oral y por escrito en lengua gallega
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Mejorar las presentaciones en público y el trabajo en equipo	B1 B5 B6 C25 D1 D2 D3

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
Practicum, Practicas externas y clínicas	0	140	140
Informe de prácticas, practicum y prácticas externas	0	10	10

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

Metodologías	
	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas	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, Practicas externas y clínicas	Localización de empresa para la realización de las prácticas y ayuda durante lo proceso.
Pruebas	Descripción
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	Atención a dudas derivadas de la realización de las memorias.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas	El alumno debe elaborar una memoria de prácticas, siguiendo las indicaciones de los profesores de la materia. 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. El informe debe incluir la evaluación realizada por el responsable en la empresa de prácticas, que influirá en la calificación final. El documento de evaluación es el D5 y ponderará un 40% de la calificación final.	0	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Es necesario que los alumnos que quieran realizar prácticas entreguen su Currículum Vitae en cuanto se lo exija el profesor de modo que se agilice todo el proceso, porque existe una dependencia de terceras partes. Si el alumno duda entre realizar las prácticas o utilizar su experiencia profesional, debe tomar una decisión antes de que finalice el mes de marzo, para que los responsables del máster tengan tiempo suficiente para encontrar una empresa colaboradora.

Los alumnos que opten por utilizar la experiencia profesional para compensar las 180 horas de prácticas, deben justificar su experiencia mediante un escrito de un responsable en la organización en la que trabaja y que vincule su experiencia con el comercio internacional. Asimismo debe entregar la memoria final que será el elemento utilizado para calificar la materia.

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Martínez-Figueira, E.; Raposo-Rivas, M., **Modelo tutorial implícito en el Practicum : una aproximación desde la óptica de los tutores**, Vol. 9 N. 2, 2011

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 de Fin de Máster				
Asignatura	Trabajo de Fin de Máster			
Código	V06M101V03208			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Economía financiera y contabilidad Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
Descripción general	El trabajo fin de máster es una asignatura del Máster en la que el alumno debe demostrar su madurez intelectual y su capacidad para integrar conocimientos, actitudes y habilidades. En consecuencia, debe responder a criterios de calidad y rigor, por lo que se seguirá una metodología específica planteada por los profesores que permita al alumnado identificar adecuadamente necesidades de información, seleccionar las fuentes idóneas, así como el tratamiento de datos y realizar una presentación de resultados en línea con las exigencias del máster y como paso previo a los retos que tendrán que afrontar en el futuro profesional.			

Competencias

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
B2	Capacidad para comunicarse de forma oral y escrita en la propia lengua sobre conceptos técnicos.
C23	Planificación y realización de un proyecto integrado de internacionalización.
C24	Planificación y realización de un proyecto de marketing internacional.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D2	Capacidad para comunicarse por oral y por escrito en lengua gallega
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Desarrollar una metodología adecuada para el diagnóstico, la generación de alternativas y la elección de opciones para la internacionalización de empresas, organizaciones o proyectos.	A1 B2 C23 C24 D1 D2 D3
Propiciar la toma de decisiones activa en un contexto empresarial. Estimular el emprendizaje de proyectos de internacionalización.	A1 B2 C23 C24 D1 D2 D3

Favorecer la implicación en la puesta en marcha de proyectos de internacionalización o desarrollando alguno ya existente.

A1
B2
C23
C24
D1
D2
D3

Contenidos

Tema

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

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
Trabajo tutelado	2	20	22
Aprendizaje basado en proyectos	1	96	97
Trabajo	1	30	31

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

Metodologías

	Descripción
Trabajo tutelado	Trabajo autónomo para parte del alumno que será supervisado por el tutor asignado desde la coordinación de la materia. Esta asignación puede derivar de un acuerdo entre el alumno y el tutor, o desde la coordinación de la materia por la afinidad temática.

Aprendizaje basado en 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
Aprendizaje basado en 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.
Trabajo tutelado	Atención por parte del tutor a la evolución del trabajo. El coordinador de la materia informará de las fechas y procedimientos que han de cumplir los estudiantes.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Trabajo tutelado	INFORME ELABORADO POR EL TUTOR. El informe del tutor, conocedor del trabajo, se tendrá en cuenta en la calificación del alumno.	30	
Aprendizaje basado en 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	
Trabajo	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	

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.

En el caso de que el TFM sea calificado solo por el tutor/a, siempre que la normativa permita esta opción, el tutor utilizará los mismos criterios indicados en esta guía sin la limitación del 30% citado en el párrafo anterior.

Importante: Cualquier evidencia de trabajo/s plagiado/s o copiado/s supondrá una calificación de suspenso, que podría

afectar a las dos convocatorias.

Fuentes de información**Bibliografía Básica****Bibliografía Complementaria**

Recomendaciones

Otros comentarios

Se recomienda haber superado las asignaturas del primer cuatrimestre.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas Externas				
Asignatura	Prácticas Externas			
Código	V06M101V03209			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
Descripción general	Esta materia está asociada al período de prácticas que deben realizar los alumnos del máster de comercio internacional. El cometido es facilitar la documentación necesaria para realizar las prácticas así como definir el cómo se debe hacer la memoria de prácticas.			

Competencias

Código	
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B5	Trabajar en equipo.
B6	Aplicar el conocimiento a la práctica.
C25	Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D2	Capacidad para comunicarse por oral y por escrito en lengua gallega
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Mejorar las presentaciones en público y el trabajo en equipo	B1 B5 B6 C25 D1 D2 D3

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, Practicas externas y clínicas (Repetida no usar)	0	140	140

Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas(Repetida non usar)	0	10	10
---	---	----	----

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

Metodologías

	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas(Repetida no usar)	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, Practicas externas y clínicas(Repetida no usar)	Localización de empresa para la realización de las prácticas y ayuda durante lo proceso.
Pruebas	Descripción
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas(Repetida non usar)	Atención a dudas derivadas de la realización de las memorias.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Informe de prácticas, prácticum y prácticas externas(Repetida non usar)	El alumno debe elaborar una memoria de prácticas, siguiendo las indicaciones de los profesores de la materia. 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. El informe debe incluir la evaluación realizada por el responsable en la empresa de prácticas, que influirá en la calificación final. El documento de evaluación es el D5 y ponderará un 40% de la calificación final.	100	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Es necesario que los alumnos que quieran realizar prácticas entreguen su Currículum Vitae en cuanto se lo exija el profesor de modo que se agilice todo el proceso, porque existe una dependencia de terceras partes. Si el alumno duda entre realizar las prácticas o utilizar su experiencia profesional, debe tomar una decisión antes de que finalice el mes de marzo, para que los responsables del máster tengan tiempo suficiente para encontrar una empresa colaboradora.

Los alumnos que opten por utilizar la experiencia profesional para compensar las 180 horas de prácticas, deben justificar su experiencia mediante un escrito de un responsable en la organización en la que trabaja y que vincule su experiencia con el comercio internacional. Asimismo debe entregar la memoria final que será el elemento utilizado para calificar la materia.

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Martínez-Figueira, E.; Raposo-Rivas, M., **Modelo tutorial implícito en el Practicum: una aproximación desde la óptica de los tutores**, Vol. 9 N. 2, 2011

Linde-Valenzuela, Teresa, **Cómo tutelar unas prácticas externas de calidad**, 2530-4550, Vol. 2, Nº. 1 (97-99), Revista Prácticum, 2017

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.
