



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 - Presencial

Asignaturas			
Curso 1			
Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06M101V02101	Economía Internacional	1c	3
V06M101V02102	Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo	1c	4.5
V06M101V02103	Contabilidad y Finanzas Internacionales	1c	4.5
V06M101V02104	Gestión de las Operaciones Internacionales	1c	4.5
V06M101V02105	Las TIC en el Comercio Internacional	1c	4.5
V06M101V02106	Inglés Comercial	1c	4.5
V06M101V02107	Dirección Internacional de la Empresa	1c	4.5
V06M101V02201	Derecho Internacional y Contratación	1c	3
V06M101V02202	Márketing Internacional	2c	4.5
V06M101V02203	Fiscalidad Internacional	2c	3
V06M101V02204	Transporte y Logística	2c	3
V06M101V02205	Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio	2c	4.5
V06M101V02206	Comunicación Profesional Internacional	2c	4.5
V06M101V02207	Practicum	2c	6
V06M101V02208	Trabajo de Fin de Máster	2c	6
V06M101V02209	Prácticas Externas	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Economía Internacional				
Asignatura	Economía Internacional			
Código	V06M101V02101			
Titulacion	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Méndez, Miguel Enrique			
Profesorado	Lloveras Gutiérrez, Javier 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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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.
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 previstos en la materia

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 C1
El alumno/a será capaz de entender y comprender el ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional.	A4 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 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
Trabajo	1	25	26
Examen de preguntas objetivas	1	0	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 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.	20	A4	C1	D3
Resolución de problemas	Análisis y solución de los ejercicios propuestos por el profesor durante el curso.	20	A4	C1	D3
Trabajo	Informe breve relacionado con los contenidos del curso	40	A4	C1	D3
Examen de preguntas objetivas	Examen de los contenidos teóricos y prácticos de la materia	20	A4	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.

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	V06M101V02102			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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	15	15	30
Seminario	13	20	33
Talleres	6	6	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	12	13
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.
Seminario	Conferencias temáticas desarrolladas por expertos en la materia. Incluye exposición y un turno de discusión entre los asistentes.
Talleres	A partir de unos conceptos teóricos se resuelven situaciones reales simuladas. Importante el trabajo en equipo, la aplicación de conceptos y creatividad en las soluciones propuestas.

Atención personalizada

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

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	5	B2 C3
Seminario	Asistencia, actitud, participación en los seminarios.	5 A2	B5 C3 C4 C23
Talleres	Resultado de la actividad desarrollada en el taller.	10 A2	B5 C3 C4 C23
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	30 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 A2	B2 B5 C3 C4 C23

Otros comentarios sobre la Evaluación

Alumnos Versión Presencial|

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

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

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad y Finanzas Internacionales**

Asignatura	Contabilidad y Finanzas Internacionales			
Código	V06M101V02103			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - 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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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 B5 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 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, lo cual computará el 90% de la nota.

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

2.- EXAMEN FINAL

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

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

nota final se calculará exclusivamente en base a las calificaciones obtenidas en las pruebas, actividades y trabajos.

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	V06M101V02104			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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 y contingentes
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 Principales operaciones: joint ventures 6.3 Cooperación internacional: Instituciones multilaterales de desarrollo. 6.4 Consideraciones a la contratación internacional: El servicios internacionales

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	20	A2	B1 B6	C9 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 B6	C9 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	40			C9 C10 C13
Resolución de problemas y/o ejercicios	En pruebas parciales y/o en el examen oficial de la materia	10	A2	B1 B6	C9 C10 C13

Otros comentarios sobre la Evaluación

Es requisito indispensable para la evaluación continua asistir como mínimo al 70% de las horas de aula. También participar en todas las actividades de la materia, tales como trabajos, ejercicios, foros y otras tareas propuestas por los profesores y/el conferenciantes.

Los alumnos que no haya 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 hacer el examen en la fecha oficial de la convocatoria.

Para aprobar esta materia, 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 inmediatamente 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 do proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Las TIC en el Comercio Internacional				
Asignatura	Las TIC en el Comercio Internacional			
Código	V06M101V02105			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	Alves Martínez, Luís Fernando Castro Rascado, Enrique García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
Descripción general				

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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, desarrollados durante las horas presenciales y por el/la estudiante de manera autónoma. Pueden requerir que el/la estudiante tenga que documentarse, reflexionar, analizar casos de estudio y/o resolver problemas. EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: obligatorio Asistencia: obligatoria EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: obligatorio
Prácticas con apoyo de las TIC	Prácticas en aula de informática y autónomas usando herramientas TIC. EVALUACIÓN CONTINUA Asistencia: obligatoria EVALUACIÓN GLOBAL Asistencia: no obligatoria
Lección magistral	Exposición por parte del profesor/a 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. EVALUACIÓN CONTINUA Asistencia: obligatoria EVALUACIÓN GLOBAL Asistencia: no obligatoria

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	El alumnado 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 alumnado 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 plantearán a lo largo del curso 4 actividades evaluables y de entrega obligatoria cuya ponderación dentro la materia serán de: 20%, 25%, 25% y 20% (total 90%) Estas actividades se realizarán de manera individual o grupal, y consistirán en la realización de trabajos, ejercicios, resolución de problemas, análisis de casos y presentaciones. Se requerirá un mínimo de 4 puntos sobre 10 en cada actividad para optar a superar la materia.	90	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: entrega obligatoria Nota mínima para optar a superar la materia: 4 sobre 10 en cada una de las actividades					
EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: entrega obligatoria Nota mínima para optar a superar la materia: 4 sobre 10 en cada una de las actividades La ponderación de cada actividad en esta modalidad será de 15%, 20%, 20% y 15% (total 70%). Véase apartado "Otros comentarios sobre la Evaluación"					
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. EVALUACIÓN CONTINUA Y GLOBAL Carácter: realización opcional. En caso de no realizarse, computará con la nota 0 a la hora de calcular la calificación global Nota mínima para optar a superar la materia: no hay	10	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17

Otros comentarios sobre la Evaluación

MODALIDAD de evaluación continua. Las condiciones para poder superar la materia por evaluación continua son:

- El/la estudiante deberá asistir a un mínimo del 75% de todas las horas presenciales de la materia.
- Deberá entregar las actividades evaluables, en el plazo que se estipule para cada una de ellas, y obtener una nota ≥ 4 sobre 10 en todas y cada una de ellas.
- Obtener una nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado de la media ponderada de los ítems evaluables (las actividades y el examen)
- La realización del examen, que pondera un 10% de la nota, no es obligatoria. En caso de no realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos del cálculo de la nota final.

Quienes no cumplan alguno de estos requisitos se considerará que no han superado la materia.

Alternativamente, el/la estudiante que no quiera ser evaluado/a por evaluación continua debe renunciar explícitamente a la evaluación continua solicitándolo por escrito al profesor de la materia, antes de la 5ª semana de docencia.

MODALIDAD de evaluación global.

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 y cada una de las actividades evaluables que se plantearán en la materia. Y realizar, opcionalmente, el Examen de preguntas objetivas indicado en la sección de Evaluación. En este caso la ponderación será diferente a la de la evaluación continua, calculándose la nota final como:

$$N = 0,15 \cdot A1 + 0,20 \cdot A2 + 0,20 \cdot A3 + 0,15 \cdot A4 + 0,30 \cdot B$$

siendo A1, A2, A3 y A4 las calificaciones obtenidas en las actividades evaluables antes mencionadas, y "B" la nota obtenida en el examen. Es además condición necesaria obtener una nota ≥ 4 sobre 10 en todas y cada una de las actividades. Para superar la materia se debe obtener una nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado de la media ponderada de los ítems evaluables (las actividades y el examen). La realización del examen, que pondera en este caso un 30% de la nota, no es obligatoria. En caso de no realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos del cálculo de la nota final.

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 GUÍA 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/V06M101V02205

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	V06M101V02106			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - 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			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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, utilizando lenguaje inclusivo y no sexista.	A3 B3 C20 C22 D1
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos, incorporando la perspectiva de género.	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 1.3. Lenguaje inclusivo y no sexista
Cultura y comunicación	2.1. Concepto de cultura y su influencia en la comunicación 2.2. Comunicación intercultural en el comercio internacional. Importancia da perspectiva de xénero. 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	24	50	74
Portafolio/dossier	0	4	4
Presentación	2	0	2
Examen de preguntas objetivas	1	0	1
Proyecto	0	2	2
Simulación o Role Playing	0	2	2
Examen de preguntas objetivas	1	2	3
Examen oral	0	2	2
Portafolio/dossier	0	2	2

*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		
Portafolio/dossier	Glosario de términos comerciales. Informe. Actividad de grupo.	10	B3	C18 C19	D1
Presentación	Glosario de términos comerciales. Presentación. Actividad de grupo.	10	B3	C18 C20 C22	D1
Examen de preguntas objetivas	Prueba de comprensión lectora. Individual	15	A3	B3	C18 C21
Proyecto	Reconciliación de diferencias culturales. Informe escrito. Actividad de grupo.	15	A3	B3	C21 C22
Simulación o Role Playing	Correspondencia comercial. Actividad de grupo.	15	A3	B3	C18 C19 C21

Examen de preguntas objetivas	Prueba de comprensión oral: Un cliente extranjero. Individual.	15	B3	C18 C21 C22
Examen oral	Grabación de un mensaje telefónico. Individual.	10	B3	C18 C20 C21
Portafolio/dossier	Interpretación de rasgos no verbales. Individual.	10	A3 B3	C21 C22

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Si alguna persona no puede asistir al 80% de las sesiones, **deberá comunicárselo al profesorado argumentadamente al comienzo del curso** para que se defina un sistema alternativo de evaluación.

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

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/V06M101V02206

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.

Para promover la participación en actividades externas como visitas a empresas, conferencias, seminarios, etc., la nota final (máximo 10) puede aumentar hasta un 0,25 si documenta la asistencia a todas las actividades indicadas por la profesora responsable en el cuatrimestre correspondiente.

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	V06M101V02107			
Titulacion	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	Lampón Caride, Jesús Fernando Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Cabanelas Omil, José Lampón Caride, Jesús Fernando Lloveras Gutiérrez, Javier			
Correo-e	jesus.lampon@uvigo.es 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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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.
D2	Capacidad para comunicarse por oral y por escrito en lengua gallega

Resultados previstos en la materia

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 D2

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	15	15	30
Seminario	13	20	33
Talleres	6	6	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	12	13
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.
Seminario	Conferencias temáticas desarrolladas por expertos en la materia. Incluye exposición y un turno de discusión entre los asistentes.
Talleres	A partir de unos conceptos teóricos se resuelven situaciones reales simuladas. Importante el trabajo en equipo, la aplicación de conceptos y creatividad en las soluciones propuestas.

Atención personalizada

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

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Lección magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	5	A2	B5	C3 C4 C23	D2
Seminario	Asistencia, actitud, participación en los seminarios.	5				
Talleres	Resultado de la actividad desarrollada en el taller.	10	A2	B5	C3 C4 C23	D2
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	30				
Examen de preguntas objetivas	Prueba de pregunta tipo test para comprobar el seguimiento.	35	A2	B5	C3 C4 C23	D2
Trabajo	Realización de un trabajo ligado a la internacionalización de la empresa.	15				

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

Convocatoria de julio

Para la convocatoria de julio, los alumnos presenciales deberán presentarse al examen en la fecha oficial.



Fuentes de información

Bibliografía Básica

Cavusgil, T.S., Knight, G., Riesenberger, J., **International Business: The New Realities**, 5th Global Edition, Pearson Prentice Hall, 2019

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Derecho Internacional y Contratación				
Asignatura	Derecho Internacional y Contratación			
Código	V06M101V02201			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - 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, Elías Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Correo-e	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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
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 previstos en la materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Dominio de los conceptos jurídicos en el contorno 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.	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.	1. Las reglas comunitarias de coordinación de la Seguridad Social. 2. Normativa convencional internacional.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	16	15	31
Estudio de casos	3	9	12
Resolución de problemas de forma autónoma	3	9	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	18	20
*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, proyectado o esquemas que se elaboren en el curso de la explicación.
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
Lección magistral	Atención a dudas que surjan en las sesiones magistrales
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 no hubiesen obtenido calificación suficiente para la superación de la materia en el proceso de evaluación continua que se efectúe y aquellos alumnos que no hubiesen obtenido calificación alguna en dicho proceso, deberán presentarse a un examen final teórico práctico en el que deberán presentar o analizar, según se determine en el momento oportuno, el estudio de un caso o supuesto que se le proponga, así como resolver los problemas o ejercicios prácticos que se le formulen y responder a las cuestiones teóricas que se planteen. A las distintas partes de dicho examen se les aplicará el criterio de ponderación precedentemente indicado en el apartado relativo a la evaluación por evaluación continua.

Para la segunda convocatoria se aplicarán los criterios anteriores.

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,

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	V06M101V02202			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo Pérez Moure, Hugo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, David Cabanelas Lorenzo, Pablo López Miguens, María Jesús López Suárez, Óscar Pérez Moure, Hugo Rodríguez Daponte, María del Rocío Vázquez- Palacios Sánchez, Alejandro			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es hugoperezmourepm@gmail.com			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descripción general				

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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	12	12	24
Talleres	6	12	18
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	12	13
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 por parte del profesor de las lecciones de acuerdo con la planificación del curso. Incluye preguntas, debate e intercambio de opinión.
Seminario	Conferencias temáticas desarrolladas por expertos en la materia. Incluye exposición y un turno de discusión entre los asistentes.
Talleres	A partir de unos conceptos teóricos se resuelven situaciones reales simuladas. Importante el trabajo en equipo, la aplicación de conceptos y creatividad en las soluciones propuestas.

Atención personalizada

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

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Lección magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	5	A2	B1	C4	D3
Seminario	Asistencia, actitud, participación en los seminarios.	5	A2		C4	D3
Talleres	Resultado de la actividad desarrollada en el taller.	10	A2	B1	C4	D3
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	40		B1	C4	
Examen de preguntas objetivas	Prueba de pregunta tipo test para comprobar el seguimiento.	30		B1	C4	
Trabajo	Realización de un trabajo ligado a la internacionalización de la empresa.	10	A2	B1	C4	D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

Para la convocatoria de julio los estudiantes tendrán que realizar y superar el examen en la fecha definida en el calendario.

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

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo/V06M101V02102

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Fiscalidad Internacional				
Asignatura	Fiscalidad Internacional			
Código	V06M101V02203			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - 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			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Ser capaces de resolver situaciones prácticas de fiscalidad internacional	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	9	30	39
Foros de discusión	2	5	7
Examen de preguntas objetivas	3	6	9

*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
Foros de discusión	Presentación de la asignatura por parte del profesorado: programa, contenidos, sistema de evaluación, profesorado encargado, etc.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Foros de discusión	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 A2	B1 C7 B6 C8
Resolución de problemas	Realización de los ejercicios y problemas propuestos por los profesores de la asignatura	30 A2	B1 C7 B6 C8
Foros de discusión	(*)Participación nos foros de discusión que se plantean na plataforma Moovi	20 A2	B1 B6
Examen de preguntas objetivas	(*)Examen oficial da materia con preguntas tipo tests y casos prácticos	40 A2	B1 C7 B6 C8

Otros comentarios sobre la Evaluación

1.- EVALUACIÓN CONTINUA

Los/Las estudiantes deberán superar todas las pruebas periódicas y realizar todas las actividades o ejercicios que proponga el profesorado de la asignatura a lo largo del curso, lo cual computará el 90% de la nota.

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

1. 2.- EXAMEN FINAL

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

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

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Transporte y Logística				
Asignatura	Transporte y Logística			
Código	V06M101V02204			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - 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			
	- 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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
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 previstos en la materia	
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: Gestión de stocks	1.1.- Introducción 1.2.- Concepto de Logística 1.3.- La Gestión de Stocks 1.4.- Costes asociados a los Stocks 1.5.- Diseño del modelo de Gestión de Stocks 1.6.- Diseño eficiente y sostenible de los Envases y Embalajes
Tema 2: Nociones generales sobre Transporte	2.1.- Transporte por carretera 2.2.- Transporte por ferrocarril 2.3.- Transporte aéreo 2.4.- Transporte marítimo
Tema 3: El contenedor marítimo	3.1.- Introducción 3.2.- Tipos de Contenedor 3.3.- Logística del Contenedor 3.4.- Costes asociados al transporte de Contenedores
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 final de la asignatura), correspondiente a los **temas 1, 2 y 3**, consta de actividades obligatorias y evaluables:

- La evaluación del tema 1 (25% de la nota final de la asignatura) consistirá en 2 trabajos y/o un examen tipo Test.
- La evaluación de los temas 2 y 3 (25% de la nota final de la asignatura) consistirá en 1 caso práctico y/o un examen tipo Test.

Para superar la primera parte es necesario cumplir 2 condiciones: 1) realizar los 2 trabajos, el caso práctico y/o los exámenes tipo Test 2) obtener un mínimo de 5 puntos en cada trabajo, caso práctico y/o exámenes tipo Test. (Escala de 0 a 10 puntos).

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

- Examen final (30% de la nota final de la asignatura): Este examen se llevará a cabo en la fecha y hora oficiales.
- Actividades propuestas (20% de la nota final de la asignatura).

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

- DIZ-COMESAÑA, M.E., **Logística de Compras: Conceptos básicos y gestión de compras**, 1ª edición, En Torres (2010), 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
- GARCÍA ARCA, JESÚS; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **El Envase y el Embalaje en el sector alimentario. Sus implicaciones logísticas en el contexto gallego.**, IGAPE; ANFACO, 2006
- 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
- JACOBS, F. R. y CHASE, R. B., **Administración de Operaciones. Producción y Cadena de Suministros**, ISBN: 9781456291174; ISBN ebook: 9781456292263, 16ª edición, McGraw-Hill, 2022
- LUSA, A. (Coordinadora), **Guía para el diseño de la cadena de suministro**, ISBN: 9788417946821, 1ª edición, Dextra Editorial, 2022
- 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
- TORRES, F.J. (Coord.), **Transporte Marítimo en la Cadena de Suministros**, Andavira Editora, 2010

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
- ANAYA TEJERO, J.J., **Logística Integral. La Gestión Operativa de la Empresa**, ESIC, 2000
- COS, J.P. y DE NAVASCUÉS, R., **Manual de Logística Integral**, Díaz de Santos, 1998

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

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

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

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

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

MORA GARCÍA, L. A., **Gestión logística integral. Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento**, ISBN: 9789587713954, 3ª Edición, ECOE ediciones, 2023

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

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 Comercial y Empresarial**, ESIC, 2004

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

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

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

Recomendaciones

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el estudiantado 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/as 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	V06M101V02205			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	Castro Rascado, Enrique de Prado Losada, Ana María García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general				

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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. EVALUACIÓN CONTINUA Asistencia: obligatoria EVALUACIÓN GLOBAL Asistencia: no obligatoria
Aprendizaje basado en proyectos	Los/las 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 modalidad de evaluación global). EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: obligatorio Asistencia: obligatoria EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: obligatorio Asistencia: no obligatoria

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Aprendizaje basado en proyectos	El alumnado 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 alumnado 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/las estudiantes llevarán a cabo un proyecto, que se evaluará mediante la realización de una serie de actividades evaluables propuestas. Se plantearán 5 actividades evaluables a lo largo del curso, cuya ponderación dentro del conjunto de la materia será de: 20%, 20%, 20%, 10% y 20% (total 90%). Todas ellas serán de entrega obligatoria y se requerirá obtener un mínimo de 4 sobre 10 en cada una de ellas para optar a superar la materia.	90	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
---------------------------------	--	----	----	----------	--------------------------

EVALUACIÓN CONTINUA

Carácter: entrega obligatoria

Nota mínima para optar a superar la materia: 4 sobre 10 en cada una de las actividades

EVALUACIÓN GLOBAL

Carácter: entrega obligatoria

Nota mínima para optar a superar la materia: 4 sobre 10 en cada una de las actividades

La ponderación de cada actividad en esta modalidad será de 15%,15%,15%, 10% y 15% (total 70%). Véase apartado "Otros comentarios sobre la Evaluación"

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. Su realización será opcional.	10	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
-------------------------------	---	----	----	----------	--------------------------

EVALUACIÓN CONTINUA Y GLOBAL

Carácter: realización opcional. En caso de no realizarse, computará con la nota 0 a la hora de calcular la calificación global

Nota mínima para optar a superar la materia: no hay

Otros comentarios sobre la Evaluación

MODALIDAD de evaluación continua.

Las condiciones para poder superar la materia por evaluación continua son:

- El/la estudiante deberá asistir a un mínimo del 75% de todas las horas presenciales de la materia.
- Deberá entregar las actividades evaluables, en el plazo que se estipule para cada una de ellas, y obtener una nota ≥ 4 sobre 10 en todas y cada una de ellas.
- Obtener una nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado de la media ponderada de los ítems evaluables (las actividades y el examen)
- La realización del examen, que pondera un 10% de la nota, no es obligatoria. En caso de no realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos del cálculo de la nota final.

Quienes no cumplan alguno de estos requisitos se considerará que no han superado la materia.

Alternativamente, el/la estudiante que no quiera ser evaluado/a por evaluación continua debe renunciar explícitamente a la evaluación continua solicitándolo por escrito al profesor de la materia, antes de la 5ª semana de docencia.

MODALIDAD de evaluación global.

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 y cada una de las actividades evaluables que se plantearán en la materia. Y realizar, opcionalmente, el Examen de preguntas objetivas indicado en la sección de Evaluación. En este caso la ponderación será diferente a la de la evaluación continua, calculándose la nota final como:

$$N = 0,15 \cdot A1 + 0,15 \cdot A2 + 0,15 \cdot A3 + 0,10 \cdot A4 + 0,15 \cdot A5 + 0,30 \cdot B$$

siendo A1, A2, A3, A4 y A5 las calificaciones obtenidas en las 5 actividades evaluables antes mencionadas, y "B" la nota obtenida en el examen. Es además condición necesaria obtener una nota ≥ 4 sobre 10 en todas y cada una de las actividades.

Para superar la materia se debe obtener una nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado de la media ponderada de los ítems evaluables (las actividades y el examen)

La realización del examen, que pondera en este caso un 30% de la nota, no es obligatoria. En caso de no realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos del cálculo de la nota final.

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

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/V06M101V02105

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	V06M101V02206			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - 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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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.
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.
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 previstos en la materia

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, prestando atención al uso inclusivo y no sexista de la lengua.	A3 B3 C20 C22 D1
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos, incorporando la perspectiva de género.	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. Professional presentations: Presenting with impact	1.1. Prepare 1.2. Practice 1.3. Perform 1.4. Inclusive, non-sexist language
2. Job Search	2.1. CV 2.2. Cover and application letters 2.3. Job advertisements 2.4. Job interviews
3. Meetings	3.1. Participating in meetings 3.2. Formal meetings 3.3. Informal meetings 3.4. Networking
4. Negotiations	4.1. Preparing to negotiate 4.2. Bargaining 4.3. Dealing with conflict 4.4. International negotiations. Culture, gender and diversity

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	6	18	24
Prácticas de laboratorio	24	49.5	73.5
Presentación	2	4	6
Trabajo	0	1	1
Examen de preguntas objetivas	1	0	1
Simulación o Role Playing	1	4	5

*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	Actividad práctica desarrollada en una clase especializada para la formación lingüística

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Actividades prácticas para ser desarrollados en un entorno adecuado para mejorar las habilidades de comunicación

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Presentación	Presentación final	25	A3	B3	C20 C21 C22	D1
Trabajo	Un documento para la búsqueda de empleo, por ejemplo, una carta de presentación o un CV	15	A3	B3	C18 C19	D1
Examen de preguntas objetivas	Uso de la lengua, comunicación y conceptos relativos a las reuniones profesionales	30	A3	B3	C13 C18 C19 C20	D1

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Si alguna persona no puede asistir al 80% de las sesiones, **deberá comunicárselo al profesorado argumentadamente al comienzo del curso** para que se defina un sistema alternativo de evaluación.

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

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

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

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

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

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Inglés Comercial/V06M101V02106

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.

Para promover la participación en actividades externas como visitas a empresas, conferencias, seminarios, etc., la nota final (máximo 10) puede aumentar hasta un 0,25 si documenta la asistencia a todas las actividades indicadas por la profesora responsable en el cuatrimestre correspondiente.

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Practicum				
Asignatura	Practicum			
Código	V06M101V02207			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - 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				
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e				
Web	http://fatic.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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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	Dudas derivadas de la gestión de la práctica o sobre cualquier incidencia asociada a las mismas.
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 estudiante 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, a corrección técnica y formal, y la aportación personal del estudiante 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, correspondiente al anexo IV, ponderará un 40% de la nota final.	100	B1 B5 B6	C25	D1 D2 D3

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	V06M101V02208			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - 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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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.
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 previstos en la materia

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 C23 C24 D1 D2 D3
Propiciar la toma de decisiones activa en un contexto empresarial. Estimular el emprendizaje de proyectos de internacionalización.	A1 C23 C24 D1 D2 D3
Favorecer la implicación en la puesta en marcha de proyectos de internacionalización o desarrollando alguno ya existente.	A1 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.

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	A1	C23 C24	D1 D2 D3
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	A1	C23 C24	D1 D2 D3
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	A1	C23 C24	D1 D2 D3

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 plagado/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	V06M101V02209			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
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 previstos en la materia	
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 Anexo IV: informe del tutor/a de la empresa o entidad ponderará un 40% de la calificación final.	100	B1 B5 B6	C25 D2 D3	D1

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**, 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.
