



(*)Facultade de Comercio

TEACHING GUIDE

TEACHING GUIDE

TEACHING GUIDE OF BSc. IN COMMERCE, MSc. IN INTERNATIONAL TRADE, MSc IN SME ADMINISTRATION.

LOCATION

ADDRESS: TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

TO SEE THE SITUATION ON THE MAP CLICK HERE OR USE STREETVIEW. PFOR URBAN BUS ACCESS: VITRASA

PHOTOS OF THE CENTRAL BUILDING OF THE FACULTY OF COMMERCE AND OF THE EXPANSION (BUILDING ANNEX TO The IEE)



FACILITIES AND SERVICES

You can consult this information in the web of the centre: <http://www.fcomercio.es>

Direction team

Management Team for the Faculty of Commerce

SCHOOL CALENDAR

- ACADEMIC CALENDAR OF THE COURSE OF THE UNIVERSITY OF VIGO
- The Calendar of the Academic Course of the Degree in Trade can be seen in its web: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial

Subjects			
Year 1st			
Code	Name	Quadmester	Total Cr.
V06M101V02101	International Economy	1st	3
V06M101V02102	International Business Management and World's Markets	1st	4.5
V06M101V02103	Accounting and International Finances	1st	4.5
V06M101V02104	Management of International Operations	1st	4.5
V06M101V02105	ICTs in International Trade	1st	4.5
V06M101V02106	Commercial English	1st	4.5
V06M101V02107	International Business Management	1st	4.5
V06M101V02201	International Law and Procurement	1st	3
V06M101V02202	International Marketing	2nd	4.5
V06M101V02203	International Taxation	2nd	3
V06M101V02204	Transport and Logistics	2nd	3
V06M101V02205	New ICTs in E-commerce	2nd	4.5
V06M101V02206	International Professional Communication	2nd	4.5
V06M101V02207	Internships	2nd	6
V06M101V02208	Final Year Dissertation	2nd	6
V06M101V02209	Internships	2nd	6

IDENTIFYING DATA				
International Economy				
Subject	International Economy			
Code	V06M101V02101			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1st	1st
Teaching language	Spanish Galician English			
Department				
Coordinator	Rodríguez Méndez, Miguel Enrique			
Lecturers	Lloveras Gutiérrez, Javier Martínez Fernández, Jacobo Manuel Pansera , Mario Rodríguez Méndez, Miguel Enrique Valdés Rodríguez, Alba			
E-mail	miguel.r@uvigo.es			
Web				
General description	The aim of this course is to introduce the student to aspects related to economic globalization and the international environment that companies must face, the different aspects of world and international trade, the instruments of trade policy and the World Trade Organization, as well as the balance of payments.			

Training and Learning Results

Code	
A4	Students can communicate their conclusions, and the knowledge and rationale underpinning these, to specialist and non-specialist audiences clearly and unambiguously.
C1	Mastery of economic concepts in the international environment for the application of knowledge and problem solving in a new and unfamiliar international context.
D3	Sustainability and environmental commitment. Equitable, responsible and efficient use of resources.

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results
New	A4 C1
New	A4 C1 D3
New	A4 C1 D3

Contents

Topic	
Global Megatrends.	Globalization. Global Megatrends. Implications for developed and developing countries.
Balance of Payments and international trade	Balance of Payments and international trade of products and services of Spain and Galicia. Trends and diverse analyses on the actuality; ej. Brexit, USES and protectionism, tensions in the BP and Spanish BC product of the global situation. Agreements of Free Trade (OMC/UE). Good practices for international trade. The different commercial blocks and the states nation.

The negative impacts of international trade treaties	The negative impacts of international trade treaties and its opponents (e.g. ALCA, TTIP, TAP etc.)
Strategic vision of the Galician Company.	Critique to the GDP as a measure of wellbeing (degrowth and postgrowth) Strategic issues for pursuing the internationalization of the galician business system.

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lecturing	12	12	24
Case studies	6	6	12
Problem solving	4	8	12
Essay	1	25	26
Objective questions exam	1	0	1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

	Description
Lecturing	Exhibition by the professor about the contents on the subject with help of printed or projected documents.
Case studies	Study of the current situation and his repercussion in the activity of the company.
Problem solving	Resolution of exercises and questions by the student under the supervisión of the professor.

Personalized assistance

Methodologies Description

Problem solving	The responsible professor of the activity will supervise the development of the activity realized by each student individually. Besides, will be to his disposal to resolve any doubt during the schedule of tutorías.
-----------------	--

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Case studies	Analysis of different situations proposed by the professor to solve individually or in group.	20	A4	C1	D3
Problem solving	Analysis and solution of the exercises proposed by the professor during the course.	20	A4	C1	D3
Essay	Brief report related with the contained of the course	40	A4	C1	D3
Objective questions exam	Examination of the contained theoretical and practical of the subject	20	A4	C1	D3

Other comments on the Evaluation

Students who did not obtain through the continuous assessment a score sufficient to pass the subject, can reach said score by taking a final exam on the dates indicated.

Students who did not follow the continuous assessment can pass the subject through a specific final exam scored from 0 to 10.

For the second call, the previous criteria will apply.

Sources of information

Basic Bibliography

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

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

Complementary Bibliography

Recommendations

Other comments

This student guide anticipates the lines of action that must be carried out with the student in the course, but it is conceived

in a flexible way. Consequently, it may require readjustments throughout the academic year promoted by the dynamics of the class and the group of recipients or by the relevance of the situations that may arise. Likewise, students will be provided with the information and specific guidelines that are necessary at each moment of the training process.

IDENTIFYING DATA				
International Business Management and World?s Markets				
Subject	International Business Management and World?s Markets			
Code	V06M101V02102			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1st	1st
Teaching language	Spanish Galician English			
Department				
Coordinator	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
E-mail	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
General description	This subject try to help students to understand differential characteristics that international busines			

Training and Learning Results

Code	
A2	That the students can apply their knowledge and their ability to solve problems in new or unfamiliar environments within broader (or multidisciplinary) contexts related to their field of study.
B2	Ability to communicate orally and in writing in one's own language about technical concepts.
B5	Working in a team.
C3	Knowledge of commercial management techniques in a global context, of the different markets, and of international economic relations and strategies.
C4	Knowledge of sales techniques, strategies, products, brands and communication in international markets.
C23	Planning and implementation of an integrated internationalisation project.

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results
To acquire the capacity to manage an international market research, based in a previously defined methodology and using different prestigious sources of information. It includes the capacity to process the information obtained as well as its presentation.	A2 B2 B5 C3 C23
To identify and understand the main markets, as well as detecting potential markets, its characteristic and business opportunities.	A2 B5 C3 C4 C23

Contents

Topic	
Introduction: Opportunities and Potentialities of the International Trade	1. Introduction. 2. Why the internationalization?
The managerial function and the strategic planning	1. Current crisis and the internationalisation. 2. The internationalisation of the company. 3. Keys for the success.
The internationalisation of the company	1. The importance of country brand. 2. Positioning the firm outside. 3. Integrated strategy for the internationalisation of the company.
Managerial skills in the international markets	1. Previous concepts. 2. Typification of companies and styles of direction.

The international businesses environment	1. The outline in the international marketing. 2. Analysis PESTEL.
The plan of internationalisation and the plan of marketing	1. Attitude and managerial orientation. 2. Process of decision of internationalisation. 3. Operative marketing: strategies and tactical for the internationalisation.
International markets research	1. Introduction. 2. Methodology for the evaluation and analysis of markets. 3. Investigation of external markets
Markets throughout the world	UE; USA; China; Brazil; among others

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lecturing	15	15	30
Seminars	13	20	33
Workshops	6	6	12
Problem and/or exercise solving	1	12	13
Objective questions exam	1	15	16
Essay	0	8.5	8.5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

	Description
Lecturing	Exposition of the lessons in accordance with the planning of the course. It includes questions and discussion.
Seminars	Thematic conferences performed by professional experts in the topics. It includes exposition and discussion.
Workshops	With a theoretical background, students should solve real cases. It is important team work, concepts application, and creativity in the proposals.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Workshops	Queries in front of doubts in projects to develop in workshops.
Tests	Description
Essay	Attention to questions arisen in cooperative projects.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Lecturing	Assistance, attitude, participation in the classes.	5	A2	B2	C3
Seminars	Assistance, attitude, participation in the seminars.	5		B5	C3
				C4	C23
Workshops	Result of the activity developed in the workshop.	10	A2	B5	C3
				C4	C23
Problem and/or exercise solving	Proof on understanding, knowledge and application of concepts.	30	A2		C3
				C4	C23
Objective questions exam	Proof of question type test to check the follow-up.	35			C3
				C4	C23
Essay	Realisation of a work tied to the internationalisation of the company.	15	A2	B2	C3
				B5	C4
					C23

Other comments on the Evaluation

Students Classroom Version |

The students that take part in the continuous evaluation and do not fulfil the qualifications that allow him/her achieve 50% will have to acudir to the extraordinary announcement.

Those students that do not fulfil a minimum assistance of 70% will have to take parte of the final examination, with a specific

proof of evaluation.

July evaluation|

For the announcement of July, the students presenciales will have to present to the examination in the official date. For the students non presenciales will be necessary to deliver all the activities requested in the course like this like attending a proof that will be able to answer in Moovi.

Sources of information

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

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

Recommendations

IDENTIFYING DATA				
Contabilidade e Finanzas Internacionais				
Subject	Contabilidade e Finanzas Internacionais			
Code	V06M101V02103			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Amigo Dobaño, Josefina Lucy			
Lecturers	Amigo Dobaño, Josefina Lucy María Domínguez, Silvia Sáez Ocejo, José Luis			
E-mail	lamigo@uvigo.es			
Web				
General description	A materia "financiación internacional" ten por obxecto que o estudante aprenda a rexistrar contablemente as operacións relacionadas coa actividade internacional, las características dos medios de cobro e pago que fan posibles as transacciones internacionais, así como os recursos dispoñibles que reducen os riscos inherentes aos negocios internacionais: riesgos por diferenzas de cambio, de insolvencia do cliente ou do país, rescos derivados da información asimétrica, etc. Así como os programas públicos de apoio á actividade internacional da organización.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
B1	Capacidade para resolver problemas de xestión.
B5	Traballar en equipo.
C5	Coñecemento dos medios internacionais de financiamento e de pago, e dos procedementos para cobertura de riscos.
C6	Resolución de problemas de financiamento nunha contorna de información incompleta ou limitada.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Ser capaz de negociar o medio de pago que outorgue a maior seguridade xurídica á transacción, que faga viable o negocio internacional e que posibilite o financiamento da operación.	A4 B1 B5 C5 C6
Ser capaz de negociar e formalizar liñas de financiamento de exportacións e importacións a través dos diferentes produtos financeiros ofrecidos polas entidades financeiras	A4 B1 C5 C6
Ser capaz de cubrir as diferenzas de cambio que se poidan producir nas operacións internacionais, tanto de crédito comercial como de préstamos e créditos en divisas.	A4 B1 B5 C5 C6
Coñecer as condicións e prestacións dos programas públicos de fomento á internacionalización, así como ser capaz de visibilizar a súa aprovechamento por parte da empresa e de instrumentar os diferentes programas.	B1 C5 C6
Coñecer a normas contables internacionais e saber contabilizar as operacións de comercio, investimento e financiamento internacional, as diferenzas de cambio e os prezos de transferencia.	B1 C5 C6

Contidos

Topic	
MÓDULO INTRODUCTORIO	Introducción Contabilidade

MÓDULO 1: OPERACIÓNS DE COMERCIO EXTERIOR	INTRODUCCIÓN ÁS OPERACIÓNS DE COMERCIO EXTERIOR. O PAPEL DAS ENTIDADES FINANCEIRAS. OS RISCOS NO COMERCIO INTERNACIONAL
MÓDULO 2: OS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONAIS	OS DOCUMENTOS NO COMERCIO INTERNACIONAL.
MÓDULO 3: OS DOCUMENTOS NO COMERCIO INTERNACIONAL. Os MEDIOS DE PAGO	OS MEDIOS DE PAGO NON DOCUMENTARIOS. PAGOS EN EFECTIVO. NORMATIVA PREVENCIÓN BRANQUEO O CHEQUE. A TRANSFERENCIA. OS MEDIOS DE PAGO DOCUMENTARIOS
MÓDULO 4: MECANISMOS DE FINANCIAMENTO NO MERCADO DE DIVISAS	MECANISMOS DE FINANCIAMENTO NO COMERCIO INTERNACIONAL INTRODUCCIÓN Ao MERCADO DE DIVISAS.
MÓDULO 5: APOIOS Á INTERNACIONALIZACIÓN	O IGAPE O ICEX CÁMARAS DE COMERCIO

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Resolución de problemas	11	28.5	39.5
Seminario	5	15	20
Lección maxistral	18	18	36
Resolución de problemas e/ou exercicios	2	15	17

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Resolución de problemas	Os alumnos poderán plantexar dúbidas sobre a materia ao profesor. Tamén se pode utilizar para que o profesor plantexe problemas aos alumnos que serán avaliados posteriormente.
Seminario	Formulación e resolución de problemas e/ou cuestións relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver as solucións.
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos da materia

Atención personalizada

Methodologies Description

Lección maxistral	Tempo dedicado á resolución de dúbidas da materia dun modo grupal; profesor-alumnos na aula.
-------------------	--

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results			
Lección maxistral	Valoración da asistencia e participación do alumno en clase	10			C5	C6
Resolución de problemas e/ou exercicios	Cualificación obtida polo alumno nas probas de resposta curta que expoñan os profesores	90	A4	B1 B5	C5	C6

Other comments on the Evaluation

1.- AVALIACIÓN CONTINUA

O alumno deberá superar todas as probas periódicas e realizar todos os traballos, actividades ou exercicios que propoñan os profesores da materia ao longo do curso, o cal computará o 90% da nota.

A nota media obtida nas devanditas probas (con un mínimo necesario de 5 puntos cada prueba) incrementárase en ata un punto (10% da nota final) se a asistencia participativa a sesións maxistrais, seminarios e resolución de problemas e exercicios iguala ou supera o 80% do total.

2.- EXAME FINAL

O alumno que non supere ou realice algunha das probas periódicas ou algún dos traballos, actividades ou exercicios, deberá presentarse aos exames finais da materia nas datas que estableza a comisión académica do máster.

Neles deberá entregar os traballos ou actividades pendentes e realizar as probas non aprobadas ao longo do curso, podendo conservar as notas das probas superadas e dos traballos ou actividades realizados ao longo do curso. A nota final calcularase exclusivamente en base ás cualificacións obtidas nas probas, actividades e traballos.

Bibliografía. Fuentes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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**,

Recomendacións

IDENTIFYING DATA				
Xestión das Operacións Internacionais				
Subject	Xestión das Operacións Internacionais			
Code	V06M101V02104			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Lecturers	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Muñoz Dueñas, María del Pilar Rocha Rodríguez, Pablo			
E-mail	pilar.munoz@uvigo.es			
Web	http://mcinternacional.uvigo.es/es			
General description	Na materia preténdese dar a coñecer o alumno os fundamentos das operacións internacionais. En concreto, trátase de proporcionar os coñecementos básicos sobre a xestión da exportación e importación, as técnicas e procedementos que permitan resolver os problemas que se poden plantexar no ámbito das operacións internacionais.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
B1	Capacidade para resolver problemas de xestión.
B6	Aplicar o coñecemento á práctica.
C9	Coñecemento das operacións de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riscos e financiamento.
C10	Coñecemento das técnicas que permitan analizar, deseñar, planificar, dirixir e realizar as principais operacións do comercio internacional.
C13	Dominio da terminoloxía específica (Incoterms).

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Coñecemento das operacións de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riscos e financiación	A2 B1 B6 C9 C10 C13
Coñecemento das técnicas que permitan analizar, deseñar, planificar, dirixir e realizar as principais operacións do comercio internacional	A2 B1 B6 C9 C10 C13

Contidos

Topic	
Tema 1. Introducción á xestión das Operacións Internacionais	1.1 Importación, introdución e adquisición intracomunitaria 1.2 Exportación, expedición e entrega intracomunitaria 1.3 Política comercial e continxentes
Tema 2. Grupos xoeconómicos mundiais	2.1 Territorios aduaneiros 2.2 Áreas de libre comercio 2.3 Zonas exentas

Tema 3. Xestión aduaneira	3.1 Análise e manexo do TARIC 3.2 Búsquedas de partidas arancelarias 3.3 Arancel 3.4 Documentos de comercio exterior
Tema 4. Rexímenes aduaneros económicos	4.1 Réxime temporal 4.2 Réxime de perfeccionamiento activo e pasivo 4.3 Transformación baixo control de aduanas 4.4 Tránsito 4.5 Franquicias aduanera 4.6 Zonas francas, depósitos francos, depósitos aduaneiros e depósitos fiscales
Tema 5. Licitacións públicas internacionais	5.1 Organismos multilaterais de desenvolvemento 5.2 Licitacións públicas internacionais 5.3 O proceso de licitación
Tema 6. As alianzas estratéxicas internacionais e as súas operacións	6.1 Acordos de cooperación empresarial 6.2 Principais operacións: joint ventures 6.3 Cooperación internacional: Institucións multilaterais de desenvolvemento. 6.4 Consideracións á contratación internacional: O servizos internacionais

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticas con apoio das TIC	21	21	42
Traballo tutelado	3	10	13
Foros de discusión	0	4	4
Lección maxistral	10	10	20
Exame de preguntas obxectivas	1	16	17
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	15.5	16.5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Prácticas con apoio das TIC	Trátase de buscar nas páxinas web axeitadas a información necesaria para a realización dos despachos aduaneiros
Traballo tutelado	Traballo sobre Licitacións Públicas Internacionais.
Foros de discusión	Participación en foros abertos na plataforma Moovi. Poden ser tamén foros de aprendizaxe que poden dar ou non lugar a un debate.
Lección maxistral	Son horas presenciais que soamente implican para os alumnos a participación expondo preguntas e debates. Trátase de ofrecer de forma resumida a teoría necesaria para levar a cabo as metodoloxías indicadas anteriormente.

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Lección maxistral	No horario de tutorías e/ou acordado co alumno/a.
Prácticas con apoio das TIC	No horario acordado entre o conferenciante e o alumno/a.
Traballo tutelado	No horario de tutorías e/ou acordado cos alumnos. No horario acordado entre o conferenciante e os alumnos. A través do correo electrónico ou faitic.

Avaliación					
	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Prácticas con apoio das TIC	Asistencia, participación e exercicios asociados ás clases	20	A2	B1 B6	C9 C10 C13
Traballo tutelado	Traballo de investigación sobre un tema de actualidade aduaneira ou de política comercial	20	A2	B1 B6	C9 C10 C13
Lección maxistral	Asistencia e participación nas clases	10			C9 C10 C13
Exame de preguntas obxectivas	Exame oficial da materia con preguntas tipo test e exercicios prácticos.	40			C9 C10 C13

Resolución de problemas e/ou exercicios	Foros abertos na plataforma Moovi sobre resolución de cuestións plantexadas o debates.	10	A2	B1 B6	C9 C10 C13
---	--	----	----	----------	------------------

Other comments on the Evaluation

É requisito indispensable para a avaliación continua asistir como mínimo o 70% das horas de aula. Tamén participar en todas as actividades da materia, tales como traballos, exercicios, foros e outras tarefas propostas polos profesores e/o conferenciantes.

Os alumnos que non teñan superado a materia ou non cumpran os requisitos esixidos para a avaliación continua deberán utilizar a segunda oportunidade en xullo. Para superar a materia na segunda convocatoria, os estudantes deberán facer o exame na data oficial da convocatoria.

Para aprobar esta materia a calificación será, en todas as súas modalidades e oportunidades, un 5 sobre 10.

Cualquera situación de plaxio o copia na entrega dos traballos suporá inmediatamente un suspenso na calificación final.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

GUISO 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

Complementary Bibliography

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

Recomendacións

Other comments

Esta guía docente anticipa as liñas de acción que se deben levar a cabo co estudantado na materia e se concibe de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puidesen xurdir. Asemade, se aportará ao alumnado a información e pautas concretas que sean necesarias en cada momento do proceso formativo.

IDENTIFYING DATA				
As TIC no Comercio Internacional				
Subject	As TIC no Comercio Internacional			
Code	V06M101V02105			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Lecturers	Alves Martínez, Luís Fernando Castro Rascado, Enrique García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
E-mail	jdacosta@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B4	Dominio das TIC relacionadas co comercio internacional.
B5	Traballar en equipo.
C14	Coñecemento das plataformas electrónicas, e os mercados a través de Internet. Dominio das operacións electrónicas, e dos aspectos colaterais de seguridade, riscos, e estruturas de funcionamento.
C15	Coñecemento das distintas aplicacións de xestión de datos e ferramentas informáticas para o comercio electrónico.
C16	Obtención e valoración de información na internet.
C17	Análise de software, elección de sistemas e aplicacións.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Coñecemento aplicado dos aspectos máis relevantes das tecnoloxías da información e as comunicacións que resultan de utilidade na actividade profesional na contorna do comercio internacional. Capacidade para organizar a información en contextos de complexidade baixa. Utilizar e valorar fontes de información na Rede. Coñecer os fundamentos da Web e utilizar ferramentas online para o deseño de sitios . Utilizar e valorar solucións baseadas en cloud computing e SaaS de utilidade na actividade comercial.	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

Contidos

Topic	
1. Introducción ás ferramentas informáticas no comercio internacional.	As ferramentas informáticas no comercio internacional.
2. Análise e tratamento de datos.	Tratamento de datos con follas de cálculo. Bases de datos. Presentación da información.
3. Fundamentos básicos de Internet.	Aspectos técnicos. Correo electrónico. A Web. Procura de información en Internet. Fontes. Calidade da información.
4.Ferramentas online. Cloud computing. SaaS (Software as a Service).	Ferramentas online para o tratamento de datos e a creación de documentos. Ferramentas de soporte ao traballo en grupo en contornas virtuais. Ferramentas online para a xestión e o comercio.

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Resolución de problemas	18	37.8	55.8
Prácticas con apoio das TIC	10	22.6	32.6
Lección maxistral	7	14	21
Exame de preguntas obxectivas	1	2.1	3.1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente	
	Description
Resolución de problemas	Realización de traballos de maneira individual ou grupal, desenvolvidos durante as horas presenciais e polo/a estudante de maneira autónoma. Poden requirir que o/a estudante teña que documentarse, reflexionar, analizar casos de estudo e/ou resolver problemas. AVALIACIÓN CONTINUA Carácter: obrigatorio Asistencia: obrigatoria AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: obrigatorio
Prácticas con apoio das TIC	Prácticas en aula de informática e autónomas usando ferramentas TIC. AVALIACIÓN CONTINUA Asistencia: obrigatoria AVALIACIÓN GLOBAL Asistencia: non obrigatoria
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor/a de os contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante. AVALIACIÓN CONTINUA Asistencia: obrigatoria AVALIACIÓN GLOBAL Asistencia: non obrigatoria

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Resolución de problemas	O alumnado terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través das clases de resolución de problemas, de casos de estudo e debate, e do control regular do traballo realizado. En calquera circunstancia de docencia (presencial, online ou mixta) as sesións de tutorización poderán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, ...) baixo a modalidade de concertación previa. Na medida do posible atenderanse estas solicitudes de tutorización non presencial nun prazo máximo de 3 días hábiles.
Tests	Description
Exame de preguntas obxectivas	O alumnado terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través das clases de resolución de problemas, de casos de estudo e debate, e do control regular do traballo realizado.

Avaliación			
	Description	Qualification	Training and Learning Results

Resolución de problemas	Exporanse ao longo do curso 4 actividades avaliábeis e de entrega obrigatoria cuxa ponderación dentro a materia serán de: 20%, 25%, 25% e 20% (total 90%) Estas actividades realizaranse de maneira individual ou grupal, e consistirán na realización de traballos, exercicios, resolución de problemas, análises de casos e presentacións. Requirirase un mínimo de 4 puntos sobre 10 en cada actividade para optar a superar a materia.	90	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
AVALIACIÓN CONTINUA Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades A ponderación de cada actividade nesta modalidade será de 15%,20%,20% e 15% (total 70%). Véxase o apartado "Outros comentarios sobre a Avaliación"					
Exame de preguntas obxectivas	Proba escrita onde se deberán contestar preguntas breves e/ou tipo test de selección simple ou múltiple. Versarán sobre todos os contidos da materia. AVALIACIÓN CONTINUA E GLOBAL Carácter: realización opcional. En caso de non realizarse, computará coa nota 0 á hora de calcular a cualificación global Nota mínima para optar a superar a materia: non hai	10	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17

Other comments on the Evaluation

MODALIDADE de avaliación continua.

A avaliación anterior é válida para estudantes que sigan a avaliación continua. As condicións para poder superar a materia por avaliación continua son:

- O/a estudante deberá asistir a un mínimo do 75% das horas presenciais da materia.
- Deberá entregar as actividades avaliábeis, no prazo que se estipule para cada unha delas, e obter unha nota ≥ 4 sobre 10 en todas e cada unha delas.
- Obter unha nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado da media ponderada dos ítems avaliábeis (as actividades e o exame)
- A realización do exame, que pondera un 10% da nota, non é obrigatoria. En caso de non realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos do cálculo da nota final.

Quen non cumpra algún destes requisitos considerarase que non superaron a materia.

Alternativamente, o/a estudante que non queira ser avaliado/a por avaliación continua debe renunciar explicitamente á avaliación continua solicitándoo por escrito ao profesor da materia, antes da 5ª semana de docencia.

MODALIDADE de avaliación global.

Os/as estudantes que non sigan a modalidade de avaliación continua, así como quen se presente ás convocatorias de 2ª oportunidade (xullo) ou outras convocatorias extraordinarias que poidan establecerse, deberán realizar e entregar, antes da data do exame, todas e cada unha das actividades avaliábeis que se exporán na materia. E realizar, opcionalmente, o Exame de preguntas obxectivas indicado na sección de Avaliación. Neste caso a ponderación será diferente á da avaliación continua, calculándose a nota final como:

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

sendo A1, A2, A3 e A4 as cualificacións obtidas nas actividades avaliábeis antes mencionadas, e "B" a nota obtida no exame. É ademais condición necesaria obter unha nota ≥ 4 sobre 10 en todas e cada unha das actividades.

Se superará a materia se se obtén unha nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado da media ponderada dos ítems avaliábeis (as actividades e o exame)

A realización do exame, que pondera neste caso un 30% da nota, non é obrigatoria. En caso de non realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos do cálculo da nota final.

As datas de exames oficiais das distintas convocatorias serán as publicadas na páxina web do Máster:
<http://mcinternacional.webs.uvigo.es/>

EN CASO DE DÚBIDA, DISCREPANCIA, ERRO DE TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, Ou SIMILAR, PREVALECERÁ O ESPECIFICADO NA VERSIÓN EN CASTELÁN DESTA GUIA DOCENTE.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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**,
Anahi 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,
Complementary Bibliography
BusinessGoOn, **Guía de Big Data**, BusinessGoOn,

Recomendacións

Subjects that continue the syllabus

Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacións no e-Comercio/V06M101V02205

Other comments

Dado o carácter eminentemente práctico da materia, baseada no desenvolvemento de competencias que poden requirir un certo adestramento no tempo, e a consecuente dificultade de avaliar estas competencias nun único exame, aconséllase con claridade aos estudantes o seguimento da modalidade de avaliación continua.

Orientacións para o estudo:

- A asistencia ás clases presenciais é importante para os alumnos que opten por esta opción, dado o enfoque metodolóxico e a realización de actividades grupais.
- A planificación adecuada para o respecto dos prazos de entrega e calendarios de actividades é fundamental para os alumnos virtuais.
- A conexión regular (cada dous días polo menos) á plataforma de teledocencia e a participación nas actividades grupais online considéranse fundamentais para o seguimento da materia na modalidade virtual.

IDENTIFYING DATA				
Commercial English				
Subject	Commercial English			
Code	V06M101V02106			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1st	1st
Teaching language	English			
Department				
Coordinator	González Crespan, María Araceli			
Lecturers	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli Trusca , Marioara Mirela			
E-mail	acrespan@uvigo.es			
Web	http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
General description	This subject will address the four communication skills in English for international commerce as well as the importance of cultural aspects in communication			

Training and Learning Results	
Code	
A3	That students are able to integrate knowledge and handle complexity and formulate judgments based on information that was incomplete or limited, include reflecting on social and ethical responsibilities linked to the application of their knowledge and judgments.
B3	Proficiency in foreign languages applied to commerce.
C18	Knowledge of the specific registers of English for business.
C19	Mastery of business writing in English, correct use of technical terms.
C20	Oral command of business language in English.
C21	Knowledge of English in specific contexts: trade fairs, markets, meetings, negotiations.
C22	Development of communication and protocol skills.
D1	Ability to understand the meaning and application of the gender perspective in the different fields of knowledge and in professional practice with the aim of achieving a fairer and more egalitarian society.

Expected results from this subject	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
Speak well in public, dominating the oral language and the communicative strategies and of protocol, emphasizing the use of non-sexist, inclusive language.	A3 B3 C20 C22 D1
Knowledge and command of the international language for business, of the different registers and their application in specific contexts, incorporating a gender perspective.	A3 B3 C18 C19 C21 D1
Knowledge of the techniques of sale, strategies, products, brands and communication in international commerce as well as the practical application in the communicative functions in English	A3 B3 C20 C21 D1
Command of the specific terminology and the correct application and use in written texts in English.	A3 B3 C18 C19 D1

Contents
Topic

Vocabulary acquisition and use of dictionaries and reference books	1.1. Systematic learning of terminology: suffixes and prefixes, lexical families, derivation, frequent combinations, false friends, phrasal verbs, ... 1.2. Use of dictionaries and other materials of reference: types, information, researches in the web 1.3. Inclusive, non-sexist language
Culture and communication	2.1. Concept of culture and its influence in communication 2.2. Intercultural communication in international trade. The value of gender perspective 2.3. Verbal and non verbal communication
Written communication	3.1. Register 3.2. Typologies of texts and commercial documents 3.3. Correspondence: Emails, faxes and commercial letters. 3.4. Documents of international trade
Telephone conversations	4.1. Pronunciation and fluency. Structure and phrases for telephone conversations 4.2. Preparation and aural understanding 4.3. Contact: messages, prices and discounts, methods of payment

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Introductory activities	2	0	2
Lecturing	6	12.5	18.5
Laboratory practical	24	50	74
Portfolio / dossier	0	4	4
Presentation	2	0	2
Objective questions exam	1	0	1
Project	0	2	2
Simulation or Role Playing	0	2	2
Objective questions exam	1	2	3
Oral exam	0	2	2
Portfolio / dossier	0	2	2

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

	Description
Introductory activities	Presentation of the subject, of the system of work, the materials, the bibliography and the evaluation.
Lecturing	Presentation of theoretical contents-practical, discussion and instructions for tasks and activities.
Laboratory practical	Practice of communicative skills in English in small groups, through individual activities, in pairs or in group.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Laboratory practical	Practicing the communicative skills in English in small groups, through individual or group activities.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Portfolio / dossier	Glossary of commercial terms. Report. Group activity	10	B3	C18 C19	D1
Presentation	Glossary of commercial terms. Presentation. Group activity	10	B3	C18 C20 C22	D1
Objective questions exam	Reading comprehension test. Individual	15	A3	B3 C18 C21	D1
Project	Reconciling cultural differences. Written report. Group activity.	15	A3	B3 C21 C22	D1
Simulation or Role Playing	Commercial correspondence. Group activity.	15	A3	B3 C18 C19 C21	
Objective questions exam	Listening comprehension test: An Overseas Customer. Individual.	15		B3 C18 C21 C22	

Oral exam	Recording a telephone message. Individual.	10	B3	C18 C20 C21
Portfolio / dossier	Interpreting non-verbal clues. Individual	10	A3 B3	C21 C22

Other comments on the Evaluation

ATTENDING STUDENTS: The course is designed for **continuous assessment**. Attendance to at least 80% of the class sessions is required to be evaluated. Punctuality is indispensable to consider assistance. Any activities requested by the professor, with or without previous warning, will only be evaluated if delivered on time. Students not passing the subject at the end of the course (January) will be entitled to take an exam in July whose result will be the final grade.

If any attending student cannot attend the minimum 80% of the sessions, **he or she must contact the teaching staff at the beginning of the course to explain the reason for absences**, so that an alternative system of evaluation can be designed.

N.B.: In case of any type of plagiarism the final grade will be *suspenso (fail)*.

PERSONAL ATTENTION: It may be done remotely (e-mail, campus remoto, forum in Moovi, ...) by appointment (all efforts will be made to respond no later than 3 working days).

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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,

Recommendations

Subjects that continue the syllabus

International Professional Communication/V06M101V02206

Other comments

The starting point recommended for the course is a B2 level of the European Framework of Reference for Languages. Any student with a lower level at the beginning of the course should contact the professor.

In order to promote participation in external activities (company visits, lectures, seminars, etc), the final grade may increase up to 0.25 if a student documents attendance to all the events recommended by the teaching staff in the corresponding semester.

A complete bibliography will be provided with each module.

IDENTIFYING DATA				
International Business Management				
Subject	International Business Management			
Code	V06M101V02107			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1st	1st
Teaching language	Spanish Galician English			
Department				
Coordinator	Lampón Caride, Jesús Fernando Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo Cabanelas Omil, José Lampón Caride, Jesús Fernando Lloveras Gutiérrez, Javier			
E-mail	jesus.lampon@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
General description	This subject try to help students to understand differential characteristics that international business posses in a highly globalized world. It tries to anchor concepts, methodologies and good practices necessary in the nowadays business world. It als let students reflect about different markets and the influence of their characteristics in the way of doing business.			

Training and Learning Results

Code	
A2	That the students can apply their knowledge and their ability to solve problems in new or unfamiliar environments within broader (or multidisciplinary) contexts related to their field of study.
B5	Working in a team.
C3	Knowledge of commercial management techniques in a global context, of the different markets, and of international economic relations and strategies.
C4	Knowledge of sales techniques, strategies, products, brands and communication in international markets.
C23	Planning and implementation of an integrated internationalisation project.
D2	Ability to communicate orally and in writing in Galician language.

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results
To identify and understand the main markets, as well as detecting potential markets, its characteristic and business opportunities.	A2 B5 C3 C4 C23 D2

Contents

Topic	
Introduction: Opportunities and Potentialities of the International Trade	1. Introduction. 2. Why the internationalization?
The managerial function and the strategic planning	1. Current crisis and the internationalisation. 2. The internationalisation of the company. 3. Keys for the success.
The internationalisation of the company	1. The importance of country brand. 2. Positioning the firm outside. 3. Integrated strategy for the internationalisation of the company.
Managerial skills in the international markets	1. Previous concepts. 2. Typification of companies and styles of direction.

The international businesses environment	1. The outline in the international marketing. 2. Analysis PESTEL.
The plan of internationalisation and the plan of marketing	1. Attitude and managerial orientation. 2. Process of decision of internationalisation. 3. Operative marketing: strategies and tactical for the internationalisation.
International markets research	1. Introduction. 2. Methodology for the evaluation and analysis of markets. 3. Investigation of external markets
Markets throughout the world	UE; USA; China; Brazil; among others

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lecturing	15	15	30
Seminars	13	20	33
Workshops	6	6	12
Problem and/or exercise solving	1	12	13
Objective questions exam	1	15	16
Essay	0	8.5	8.5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies

	Description
Lecturing	Exposition of the lessons in accordance with the planning of the course. It includes questions and discussion.
Seminars	Thematic conferences performed by professional experts in the topics. It includes exposition and discussion.
Workshops	With a theoretical background, students should solve real cases. It is important team work, concepts application, and creativity in the proposals.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Workshops	Queries in front of doubts in projects to develop in workshops.
Tests	Description
Essay	Attention to questions arisen in cooperative projects.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Lecturing	Assistance, attitude, participation in the classes.	5	C3
Seminars	Assistance, attitude, participation in the seminars.	5	A2 B5 C3 C4 C23
Workshops	Result of the activity developed in the workshop.	10	A2 B5 C3 C4 C23
Problem and/or exercise solving	Proof on understanding, knowledge and application of concepts.	30	A2 C3 C4 C23 D2
Objective questions exam	Proof of question type test to check the follow-up.	35	C3 C4 C23
Essay	Realisation of a work tied to the internationalisation of the company.	15	A2 B5 C3 C4 C23 D2

Other comments on the Evaluation

The students that take part in the continuous evaluation and do not fulfil the qualifications that allow him/her achieve 50% will have to acudir to the extraordinary announcement.

Those students that do not fulfil a minimum assistance of 70% will have to take parte of the final examination, with a specific proof of evaluation.

July evaluation|

For the announcement of July, the students presenciales will have to present to the examination in the official date.

Sources of information

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

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

Recommendations

IDENTIFYING DATA				
Dereito Internacional e Contratación				
Subject	Dereito Internacional e Contratación			
Code	V06M101V02201			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Lecturers	González López, Marta Lloves Suarez, Elías Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
E-mail	victoriapicatoste@vento.es			
Web				
General description	Dereito da contratación internacional é unha materia na que se examinan, dende unha perspectiva xurídica, as distintas figuras dos mais importantes contratos internacionais, tanto no eido mercantil como laboral, de xeito que o alumno poida percibir que o mercado internacional é un espazo regulado por normas xurídicas no que os suxeitos actuantes teñen dereitos e obrigas, no seu caso, esixibles ante os tribunais.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
B2	Capacidade para comunicarse de forma oral e escrita na propia lingua sobre conceptos técnicos.
C2	Dominio dos conceptos xurídicos na contorna internacional para a aplicación de coñecementos e resolución de problemas nun contexto internacional novo e pouco coñecido.

Resultados previstos na materia	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
Dominio dos conceptos xurídicos no contorno internacional para a aplicación de coñecementos e resolución de problemas nun contexto internacional novo e pouco coñecido, en especial os relativos ao ámbito da contratación.	A4 B2 C2

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

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	16	15	31
Estudo de casos	3	9	12
Resolución de problemas de forma autónoma	3	9	12
Resolución de problemas e/ou exercicios	2	18	20

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

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

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Lección maxistral	Atención a dúbidas que xurdan nas sesións maxistrais
Resolución de problemas de forma autónoma	Atención a dúbidas referidas aos casos ou supostos prácticos propostos
Estudo de casos	Resolución de cuestións ligadas aos estudos de casos

Avaliación					
	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Estudo de casos	Avaliarase o traballo persoal, as achegas do alumno e, no seu caso, as intervencións que se realicen ao respecto.	40	A4	B2	C2
Resolución de problemas de forma autónoma	Avaliaráse o correcto prantexamento en términos xurídicos do caso e a procura e axeitada aplicación dos preceptos legais que correspondan.	40	A4	B2	C2
Resolución de problemas e/ou exercicios	As preguntas de resposta curta versarán sobre os contidos teórico-prácticos da materia impartidos nas sesións maxistrais.	20			C2

Other comments on the Evaluation

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

Para a segunda convocatoria, aplicaranse os criterios anteriores.

Bibliografía. Fontes de información
Basic Bibliography
Complementary Bibliography
Esplugues Mota, Carlos, Derecho del Comercio Internacional , Tirant lo Blanch,
Esteban de la Rosa, Fernando, Legislación de los Negocios Internacionales , Tecnos, 2007
Sánchez Lorenzo, Sixto A., Claúsulas en los contratos internacionales , Atelier, 2012
Molina Navarrete, C.; Esteban de la Rosa, La movilidad transnacional de trabajadores: reglas prácticas , Comares, 2002
Alvarez González, Santiago, Legislación de Derecho Internacional Privado , Última edición, Comares,
López Fernández, M.A., Regulación del desplazamiento de trabajadores en el marco de una prestación de servicios transnacional ,
Diario da Unión Europea,
Boletín Oficial del Estado,
Westlaw Encuentra,

Recomendacións

Other comments

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

IDENTIFYING DATA				
Márketing Internacional				
Subject	Márketing Internacional			
Code	V06M101V02202			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Cabanelas Lorenzo, Pablo Pérez Moure, Hugo			
Lecturers	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			
E-mail	pcabanelas@uvigo.es hugoperezmourepm@gmail.com			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
B1	Capacidade para resolver problemas de xestión.
C4	Coñecemento das técnicas de venda, estratexias, produtos, marcas e comunicación nos mercados internacionais.
C22	Desenvolvemento de habilidades comunicativas e de protocolo.
C24	Planificación e realización dun proxecto de marketing internacional.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Identificar os aspectos diferenciais de mercados exteriores respecto ao mercado doméstico, e aplicalo na toma de decisións.	A2 B1 C4 C22 C24 D3

Contidos

Topic	
Introdución	Marketing global e internacional
Estratexias de internacionalización	Proceso de decisión de internacionalización. Valoración da contorna de marketing internacional. Formas de entrada en mercados exteriores.Dimensións do programa de marketing internacional.
Segmentación e posicionamiento	Segmentación de mercados internacionais. Estratexia de posicionamiento. Tipos de posiconamiento.
Protocolo nos negocios internacionais	Relacións, usos sociais e imaxe. Protocolo nos negocios: práctica.

Estratexias de marketing no mercado internacional

Política internacional de produto.
A marca internacional: desenvolvemento de marcas, identidade e valor de marca.
Promoción comercial na internacionalización.
Política de fixación de prezos.
Decisións de distribución e do equipo de vendas.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	16	16	32
Seminario	12	12	24
Obradoiro	6	12	18
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	12	13
Exame de preguntas obxectivas	1	20	21
Traballo	0	4.5	4.5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor das leccións de acordo coa planificación do curso. Inclúe preguntas, debate e intercambio de opinión.
Seminario	Conferencias temáticas desenvolvidas por expertos na materia. Inclúe exposición e unha quenda de discusión entre os asistentes.
Obradoiro	A partir duns conceptos teóricos resólvense situacións reais simuladas. Importante o traballo en equipo, a aplicación de conceptos e creatividade nas solucións propostas.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Obradoiro	Atención a dúbidas sobre metodoloxías o interpretación dos concetos tratados.
Tests	Description
Traballo	Resolución colectiva de dúbidas. Atención particular ás dificultades individuais.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results			
Lección maxistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	5	A2	B1	C4	D3
Seminario	Asistencia, actitud, participación en los seminarios.	5	A2		C4 C22 C24	D3
Obradoiro	Resultado da actividade desenvolvida no obradoiro.	10	A2	B1	C4 C22 C24	D3
Resolución de problemas e/ou exercicios	Proba sobre comprensión, coñecemento e aplicación de conceptos.	40		B1	C4 C22 C24	
Exame de preguntas obxectivas	Proba de pregunta tipo test para comprobar o seguimento da materia.	30		B1	C4 C22 C24	
Traballo	Realización dun traballo ligado á internacionalización da empresa.	10	A2	B1	C4 C22 C24	D3

Other comments on the Evaluation

Os alumnos que participen na avaliación continua e non cumpran as cualificacións que lle permitan alcanzar o 50% da valoración terán que acudir á convocatoria extraordinaria.

Aqueles alumnos que non cumpran unha asistencia mínima do 70% terán que acudir ao exame final, ou a unha proba específica de avaliación.

Para a convocatoria de xullo os estudantes terán que realizar e superar o exame na data definida no calendario.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

Dirección Internacional da Empresa e os Mercados no Mundo/V06M101V02102

IDENTIFYING DATA				
Fiscalidad Internacional				
Subject	Fiscalidad Internacional			
Code	V06M101V02203			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Teaching language	Gallego			
Department				
Coordinator	Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Lecturers	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
E-mail	xmcobas@uvigo.gal pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
General description	Conocer y saber liquidar los impuestos vinculados con las actividades internacionales de la empresa			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Code	
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

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Ser capaces de resolver situaciones prácticas de fiscalidad internacional	A2 B1 B6 C7 C8

Contenidos

Topic	
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			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección magistral	10	10	20
Resolución de problemas	9	30	39
Foros de discusión	2	5	7
Examen de preguntas objetivas	3	6	9

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías	
	Description
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	
Methodologies	Description
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					
	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Lección magistral	Asistencia participativa a clase	10	A2	B1 B6	C7 C8
Resolución de problemas	Realización de los ejercicios y problemas propuestos por los profesores de la asignatura	30	A2	B1 B6	C7 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 B6	C7 C8

Other comments on the Evaluation

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

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

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

Recomendaciones

IDENTIFYING DATA				
Transporte e Loxística				
Subject	Transporte e Loxística			
Code	V06M101V02204			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Diz Comesaña, María Eva González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Lecturers	Diz Comesaña, María Eva González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
E-mail	evadiz@uvigo.es tgonzalez-portela@uvigo.es			
Web				
General description	DESCRICIÓN XERAL			
	- Organización do sistema de loxística. O sistema de información logística. - Previsión, planificación e reabastecimento colaborativo na cadea de subministración. - Operativo na cadea de subministración. Racionalización da cadea de subministración. - Xestión de compras e xestión de stock en empresas de servizos: fundamentos. - O Departamento de Compras. A selección dos provedores e o proceso de negociación. - Estratexia do sistema de almacenamento. Deseño do sistema de almacenamento. - Xestión de almacéns. Axilización de fluxos de información e operacións. Organización do operativo no almacén.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
B1	Capacidade para resolver problemas de xestión.
C11	Coñecemento dos diferentes medios de transporte e a súa operativa.
C12	Coñecemento da loxística relacionada co comercio internacional.
C13	Dominio da terminoloxía específica (Incoterms).

Resultados previstos na materia	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
Aplicar ferramentas de procura, filtrado e interpretación relavante na área loxística.	A2 B1 C11
Fixar obxectivos, elaborar estratexias e planos de acción propios das actividades de transporte e loxística.	A2 C11 C12 C13
Manexar os coñecementos, procesos e técnicas propias da xestión loxística, asumindo os efectos da súa práctica e as consecuencias da súa acción en calquera contexto de intervención, reflexionando sobre o seus propios posicionamentos.	C11 C12 C13
Tomar decisións na procura de solucións a problemas relativos á situación da área de loxística da empresa así como a emisión dos informes correspondentes.	A2 B1

Contidos
Topic

Tema 1: Xestión de Stocks	1.1.- Introducción 1.2.- Concepto de Loxística 1.3.- A Xestión de Stocks 1.4.- Costes asociados ós Stocks 1.5.- Deseño do modelo de Xestión de Stocks 1.6.- Deseño eficiente y sostible de Envases e Embalaxes
Tema 2: Nocións xerais sobre Transporte	2.1.- Transporte por carretera 2.2.- Transporte por ferrocarril 2.3.- Transporte aéreo 2.4.- Transporte marítimo
Tema 3: O Contenedor Marítimo	3.1.- Introducción 3.2.- Tipos de Contenedor 3.3.- Loxística do Contenedor 3.4.- Costes asociados ó transporte de Contenedores
Tema 4: Xestión de compras	4-1.- Introducción 4-2.- Proceso de compra 4-3.- Axentes de compra 4-4.- Relación cliente-proveedor
Tema 5: Loxística Lean	5-1.- Introducción 5-2.- Orixe e principios fundamentais 5-3.- Inimigos do lean 5-4.- Stock mínimo 5-5.- Lotes pequenos 5-6.- Resolución de problemas 5-7.- Sistema Kanban 5-8.- Pensamento lean na relación con provedores e clientes

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	12	12	24
Resolución de problemas	5	10	15
Estudo de casos	5	10	15
Exame de preguntas obxectivas	1	10	11
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	9	10

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo con axuda de diverso material impreso ou proxectado.
Resolución de problemas	Resolución de exercicios e cuestións por parte do alumno de forma individual ou en grupo baixo a supervisión do profesor.
Estudo de casos	Resolución en grupo de casos relacionados cos contidos da materia, baixo a proposta, guía e supervisión do profesor.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Estudo de casos	Supervisión por parte do profesor do tema ou materia estudada.
Resolución de problemas	Supervisión por parte do profesor do tema ou materia estudada.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Resolución de problemas	Proba obxecto de evaluación continua. Consiste na resolución de forma individual ou en grupo de cuestións plantexadas, guiadas e supervisadas polo profesor sobre a materia. Se evaluará a participación do alumno e a comprensión da materia.	20	A2 B1 C11 C12 C13
Estudo de casos	Proba obxecto de evaluación continua. Resolución en grupo de casos de empresas relacionados cos contidos da asignatura baixo a proposta, guía e supervisión do profesor. Se evaluará a participación do grupo e a comprensión da materia.	20	A2 B1 C11 C12 C13

Exame de preguntas obxectivas	Exame como proba para avaliar os coñecementos adquiridos polos alumnos sobre o tema. Este deberá escoller unha resposta de entre varias propostas.	30			C11 C12 C13
Resolución de problemas e/ou exercicios	Exame como prueba para evaluar os coñecementos adquiridos polo alumno sobre a materia. A resposta debe ser breve.	30	A2	B1	C11 C12 C13

Other comments on the Evaluation

A **primeira parte da asignatura** (50% da nota final da asignatura), correspondente aos **temas 1, 2 e 3**, consta de actividades obrigatorias e evaluables:

- A avaliación do tema 1 (25% da nota final da asignatura) consistirá en 2 traballos e/o nun exame tipo Test
- A avaliación dos temas 2 e 3 (25% da nota final da asignatura) consistirá en 1 caso práctico e/o nun exame tipo Test

Para superar a primeira parte é necesario cumprir dúas condicións: 1) realizar os 2 traballos, o caso práctico e/o os exames tipo Test 2) obter un mínimo de 5 puntos en cada traballo, caso práctico e/o nos exames tipo test (Escala de 0 a 10 puntos).

A **segunda parte da materia** (50% da nota final da asignatura), correspondente ós **temas 4 e 5**, consta dunhas actividades obrigatorias e avaliáveis:

- Exame final (30% da nota final da asignatura): Este exame terá lugar na data e na hora oficiais.
- Actividades propostas (20% da nota final da asignatura).

Para superar a segunda parte é necesario cumprir dúas condicións: aprobar o exame final e obter un mínimo de 5 puntos nunha escala de 0 a 10 puntos.

No caso de superar o exame, a nota desta parte resulta da suma da nota obtida no exame e das notas das actividades propostas.

No caso de non superar o exame, a nota desta parte será o resultado de expresar a puntuación da proba nunha escala de 0 a 10 puntos.

É necesario e obrigatorio aprobar a primeira e a segunda parte para supera-la materia.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

- DIZ-COMESANA, 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 Univesidade 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 Univesidade 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

Complementary Bibliography

- 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

Recomendacións

Other comments

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que hai que realizar co estudantado na materia e se concibe de maneira flexible. En consecuencia, pode requirir axustes ao longo do curso promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios/as reais ou pola relevancia das situacións que poidan xurdir. Do mesmo xeito, os alumnos recibirán a información e as pautas específicas que sexan necesarias en cada momento do proceso de formación.

IDENTIFYING DATA**Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacións no e-Comercio**

Subject	Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacións no e-Comercio			
Code	V06M101V02205			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Lecturers	Castro Rascado, Enrique de Prado Losada, Ana María García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
E-mail	jdacosta@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B4	Dominio das TIC relacionadas co comercio internacional.
B5	Traballar en equipo.
C14	Coñecemento das plataformas electrónicas, e os mercados a través de Internet. Dominio das operacións electrónicas, e dos aspectos colaterais de seguridade, riscos, e estruturas de funcionamento.
C15	Coñecemento das distintas aplicacións de xestión de datos e ferramentas informáticas para o comercio electrónico.
C16	Obtención e valoración de información na internet.
C17	Análise de software, elección de sistemas e aplicacións.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
O obxectivo da materia é o de adquirir un coñecemento aplicado do TIC e Internet no e-comercio.	A5
Coñecer, ser capaces de avaliar e planificar o uso de diferentes recursos e ferramentas baseados en Internet como a Web, ferramentas da Web 2.0, os mercados electrónicos, e os medios de pago electrónicos no e-comercio.	B4
	B5
	C14
	C15
	C16
	C17

Contidos

Topic	
1. Visión xeral do TIC e Internet no e-comercio.	O TIC no e-comercio. O uso de Internet na actividade comercial.
2. Modelos de e-negocio apoiados polo TIC. Modelos de e-negocio baseados no TIC.	Tipos de modelos de negocio baseados en Internet e no uso intensivo do TIC.
3. A Web no e-comercio: deseño, publicidade e posicionamento na Rede.	Posibilidades da Web no e-comercio. E-mercadotecnia. Aspectos técnicos.
4. Ferramentas baseadas en Internet no e-mercadotecnia. Ferramentas de análises.	Análise da reputación dixital. Análise de tráfico e seguimento.
5. A Web 2.0 no e-comercio. Ferramentas e servizos. Imaxe dixital e e-reputación.	A paradigma da Web 2.0. Influencia no e-comercio. ferramentas e técnicas. E-reputación.

6. O TIC no comercio B2B. E-marketplaces e comunidades virtuais de negocio. E-logistics.	Espazos B2B. E-marketplaces. Influencia do TIC na e-loxística.
7. Banca electrónica. Fundamentos e servizos para o e-comercio.	Introdución á banca electrónica. Servizos. Usos. Aspectos técnicos.
8. Transaccións electrónicas. Medios de pago online. Seguridade nas transaccións.	Tipos de transaccións electrónicas. Tipos de medios de pago online. Seguridade nas transaccións.
9. Protección de datos no e-comercio. Aspectos técnicos e legais.	Introdución á protección de datos e os seus aspectos técnicos.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	7	15.6	22.6
Aprendizaxe baseado en proxectos	28	58.8	86.8
Exame de preguntas obxectivas	1	2.1	3.1

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante. AVALIACIÓN CONTINUA Asistencia: obrigatoria AVALIACIÓN GLOBAL Asistencia: non obrigatoria
Aprendizaxe baseado en proxectos	Os/as estudantes levan a cabo a realización dun proxecto ou traballo nun tempo determinado, para resolver problemas, casos de estudo, ou abordar tarefas mediante a planificación, deseño e realización dunha serie de actividades ou ítems avaliábeis. Realizarase xeralmente de maneira grupal (individual en caso de modalidade de avaliación global). AVALIACIÓN CONTINUA Carácter: obrigatorio Asistencia: obrigatoria AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: obrigatorio Asistencia: non obrigatoria

Atención personalizada

Methodologies	Description
Aprendizaxe baseado en proxectos	O alumnado terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través das clases presenciais, estudo de casos, realización de traballos, e do control regular do traballo realizado. O alumno terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través das clases de resolución de problemas, de casos de estudo e debate, e do control regular do traballo realizado. En calquera circunstancia de docencia (presencial, online ou mixta) as sesións de tutorización poderán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, ...) baixo a modalidade de concertación previa. Na medida do posible atenderanse estas solicitudes de tutorización non presencial nun prazo máximo de 3 días hábiles.
Tests	Description
Exame de preguntas obxectivas	O alumnado terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través das clases presenciais, estudo de casos, realización de traballos, e do control regular do traballo realizado.

Avaliación

Description	Qualification Training and Learning Results
-------------	---

Aprendizaxe baseado en proxectos	Os/as estudantes levarán a cabo a realización dun proxecto, que se avaliará mediante a realización dunha serie de actividades avaliábles propostas. Exporanse 5 actividades avaliábles ao longo do curso, cuxa ponderación dentro do conxunto da materia será de: 20%, 20%, 15%, 15% e 20% (total 90%). Todas elas serán de entrega obrigatoria e requirirase obter un mínimo de 4 sobre 10 en cada unha delas para optar a superar a materia.	90	A5	B4	C14
				B5	C15
					C16
					C17
	AVALIACIÓN CONTINUA Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades				
	AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades A ponderación de cada actividade nesta modalidade será de 15%,15%,15%, 10% e 15% (total 70%). Véxase o apartado "Outros comentarios sobre a Avaliación"				
Exame de preguntas obxectivas	Consistirá nunha proba escrita onde se deberán contestar preguntas breves e/ou tipo test de selección simple ou múltiple. Versarán sobre todos os contidos da materia. A súa realización será opcional.	10	A5	B4	C14
				B5	C15
					C16
					C17

Other comments on the Evaluation

MODALIDADE DE avaliación continua

As condicións para poder superar a materia por avaliación continua son:

- O/a estudante deberá asistir a un mínimo do 75% das horas presenciais da materia.
- Deberá entregar as actividades avaliábles, no prazo que se estipule para cada unha delas, e obter unha nota ≥ 4 sobre 10 en todas e cada unha delas.
- Obter unha nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado da media ponderada dos items avaliábles (actividades e o exame)
- A realización do exame, que pondera un 10% da nota, non é obrigatoria. En caso de non realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos do cálculo da nota final.

Quen non cumbran algún destes requisitos considerarase que non superaron a materia.

Alternativamente, o/a estudante que non queira ser avaliado/a por avaliación continua debe renunciar explicitamente á avaliación continua solicitándoo por escrito ao profesor da materia, antes da 5ª semana de docencia.

MODALIDADE DE avaliación global

Os/as estudantes que non sigan a modalidade de avaliación continua, así como quen se presente ás convocatorias de 2ª oportunidade (Julio) ou outras convocatorias extraordinarias que poidan establecerse, deberán realizar e entregar, antes da data do exame, todas e cada unha das actividades avaliábles que se exporán na materia. E realizar, opcionalmente, o Exame de preguntas obxectivas indicado na sección de Avaliación. Neste caso a ponderación será diferente á da avaliación continua, calculándose a nota final como:

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

sendo A1, A2, A3, A4 e A5 as cualificacións obtidas nas 5 actividades avaliábles antes mencionadas, e "B" a nota obtida no exame. É ademais condición necesaria obter unha nota ≥ 4 sobre 10 en todas e cada unha das 5 actividades.

Se superará a materia se se obtén unha nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado da media ponderada dos items avaliábles (as actividades e o exame)

A realización do exame, que pondera neste caso un 30% da nota, non é obrigatoria. En caso de non realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos do cálculo da nota final.

As datas de exames oficiais das distintas convocatorias serán as publicadas na páxina web do Máster:
<http://mcinternacional.webs.uvigo.es/>

EN CASO DE DÚBIDA, DISCREPANCIA, ERRO DE TRADUCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, Ou SIMILAR, PREVALECERÁ

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

As TIC no Comercio Internacional/V06M101V02105

Other comments

Dado o carácter eminentemente práctico da materia, baseada no desenvolvemento de competencias que poden requirir un certo adestramento no tempo, e a consecuente dificultade de avaliar estas competencias nun único exame, aconséllase vehementemente aos estudantes o seguimento da modalidade de avaliación continua.

Orientacións para o estudo:

- A asistencia ás clases presenciais é importante para os alumnos que opten por esta opción, dado o enfoque *metodolóxico e a realización de actividades grupais.
- A planificación adecuada para o respecto dos prazos de entrega e calendarios de actividades é fundamental para os alumnos virtuais.
- A conexión regular (cada dous días polo menos) á plataforma de teledocencia e a participación nas actividades grupais online considéranse fundamentais para o seguimento da materia na modalidade virtual.

IDENTIFYING DATA				
International Professional Communication				
Subject	International Professional Communication			
Code	V06M101V02206			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1st	2nd
Teaching language	English			
Department				
Coordinator	González Crespan, María Araceli			
Lecturers	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli Trusca , Marioara Mirela			
E-mail	acrespan@uvigo.es			
Web	http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
General description	This subject of English for specific purposes is focused on the field of international commerce. There is a special emphasis of oral communicative skills and professional microskills.			

Training and Learning Results

Code	
A3	That students are able to integrate knowledge and handle complexity and formulate judgments based on information that was incomplete or limited, include reflecting on social and ethical responsibilities linked to the application of their knowledge and judgments.
B3	Proficiency in foreign languages applied to commerce.
C13	Mastery of specific terminology (Incoterms).
C18	Knowledge of the specific registers of English for business.
C19	Mastery of business writing in English, correct use of technical terms.
C20	Oral command of business language in English.
C21	Knowledge of English in specific contexts: trade fairs, markets, meetings, negotiations.
C22	Development of communication and protocol skills.
D1	Ability to understand the meaning and application of the gender perspective in the different fields of knowledge and in professional practice with the aim of achieving a fairer and more egalitarian society.

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Speak well in public, dominating the oral language and the communicative strategies and of protocol, emphasizing the use of non-sexist, inclusive language.	A3 B3 C20 C22 D1
Knowledge and command of the international language for business, of the different registers and their application in specific contexts, incorporating a gender perspective.	A3 B3 C18 C19 C21 D1
Knowledge of the techniques of sale, strategies, products, brands and communication in international commerce as well as the practical application in the communicative functions in English	A3 B3 C13 C20 C21 D1
Command of the specific terminology and the correct application and use in written texts in English.	A3 B3 C13 C18 C19 D1

Contents	
Topic	
1. Professional presentations: Presenting with impact	1.1. Prepare 2.2. 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

Planning			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Introductory activities	2	0	2
Lecturing	6	18	24
Laboratory practical	24	49.5	73.5
Presentation	2	4	6
Essay	0	1	1
Objective questions exam	1	0	1
Simulation or Role Playing	1	4	5

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
	Description
Introductory activities	Introduction of the subject, work system, materials, bibliography and evaluation.
Lecturing	Presentation of contents, discussion and instructions for assigned essays and activities.
Laboratory practical	Practical activity to be performed in a specialized class

Personalized assistance	
Methodologies	Description
Laboratory practical	Practical activities to be developed in a suitable environment to improve communication skills

Assessment		Qualification Training and Learning Results					
	Description						
Presentation	Final presentation	25	A3	B3	C20 C21 C22	D1	
Essay	A written document for job searching, for example, a cover letter or a CV	15	A3	B3	C18 C19	D1	
Objective questions exam	A test on meetings language, concepts and use.	30	A3	B3	C13 C18 C19 C20	D1	
Simulation or Role Playing	A negotiation. Pair activity	30	A3	B3	C13 C18 C20 C21 C22	D1	

Other comments on the Evaluation

ATTENDING STUDENTS: The course is designed for **continuous assessment**. Attendance to at least 80% of the class sessions is required to be evaluated. Punctuality is indispensable to consider assistance. Any activities requested by the professor, with or without previous warning, will only be evaluated if delivered on time. Students not passing the subject at the end of the course (January) will be entitled to take an exam in July whose result will be the final grade.

If any attending student cannot attend the minimum 80% of the sessions, **he or she must contact the teaching staff at the beginning of the course to explain the reason for absences**, so that an alternative system of evaluation can be designed.

N.B.: In case of any type of plagiarism the final grade will be *suspense (fail)*.

PERSONAL ATTENTION: It may be done remotely (e-mail, campus remoto, forum in Moovi, ...) by appointment (all efforts will be made to respond no later than 3 working days).

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Commercial English/V06M101V02106

Other comments

The starting point recommended for the course is a B2 level of the European Framework of Reference for Languages. Any student with a lower level at the beginning of the course should contact the professor.

In order to promote participation in external activities (company visits, lectures, seminars, etc), the final grade may increase up to 0.25 if a student documents attendance to all the events recommended by the teaching staff in the corresponding semester.

A complete bibliography will be provided with each module.

IDENTIFYING DATA				
Internships				
Subject	Internships			
Code	V06M101V02207			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1st	2nd
Teaching language	Spanish			
Department				
Coordinator				
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando Muñoz Dueñas, María del Pilar			
E-mail				
Web	http://fatic.uvigo.es/index.php/es/			
General description	(*)Esta materia está asociada a o período de prácticas que deben realizar os alumnos de o máster de comercio internacional. O cometido é facilitar a documentación necesaria para realizar as prácticas así como definir o como se debe facer a memoria de prácticas.			

Training and Learning Results	
Code	
B1	Ability to solve management problems.
B5	Working in a team.
B6	Apply knowledge to practice.
C25	Practical application of acquired knowledge: financing, marketing, taxation, business planning, business English, electronic markets.
D1	Ability to understand the meaning and application of the gender perspective in the different fields of knowledge and in professional practice with the aim of achieving a fairer and more egalitarian society.
D2	Ability to communicate orally and in writing in Galician language.
D3	Sustainability and environmental commitment. Equitable, responsible and efficient use of resources.

Expected results from this subject	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
Improve the presentations in public and the work in team.	B1 B5 B6 C25 D1 D2 D3

Contents
Topic
Realization of practices in company or institutions1. Analysis of the company situation. related with the international trade, with at least 2. Identification of activities developed. 180 hours of length.
The practices will be guided by a manager in the company and a professor from the Master.

Planning			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Practicum, External practices and clinical practices	0	140	140
Report of practices, practicum and external practices	0	10	10
*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.			

Methodologies

	Description
Practicum, External practices and clinical practices	The student makes his external practices in the company or institution assigned by the organisation of the Máster, through an agreement of collaboration signed by the company and the University of Vigo.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Practicum, External practices and clinical practices	Derivative doubts of the management of the practice or on any incidence associated to the same.
Tests	Description
Report of practices, practicum and external practices	Attention to derivative doubts of the realisation of the memories.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Report of practices, practicum and external practices	The student has to elaborate a memory of practices, following the indications of the professors of the matter. In the evaluation will take into account the structure of the memory, to technical and formal correction, and the personal contribution of the student in the application of the knowledges purchased in the remaining matters. The report has to include the evaluation made by the manager in the company of practices, that will influence in the final qualification. The document of evaluation is the appendix IV and it will correspond the 40% of the final note.	100	B1 B5 B6	C25	D1 D2 D3

Other comments on the Evaluation

It is necessary that those students that deserve to make practices to deliver their Curriculum Vitae when the responsible claim for it. It is important to attend this requirement because it does exist a dependency of third parts. If the student doubts between realizing the practices or using his/her professional experience, the deadline for this decision is the month of March. The managers of the master require time to find a collaborator.

The students willing to use the professional experience to compensate the 180 hours of practices, have to justify their experience by means of a writing of a manager in the organization in which works explaining that this experience is related to the international trade. Likewise has to deliver the final memory that will be the element used to zone the subject.

In the second announcement will use the same criteria of evaluation that in the first.

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Recommendations

IDENTIFYING DATA				
Traballo de Fin de Máster				
Subject	Traballo de Fin de Máster			
Code	V06M101V02208			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department	Economía financeira e contabilidade Organización de empresas e márketing			
Coordinator	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando Muñoz Dueñas, María del Pilar			
E-mail	pilar.munoz@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
General description	O traballo fin de máster é unha materia do Master na que o estudante debe demostrar a súa madurez intelectual e a súa capacidade para integrar coñecementos, actitudes e habilidades. En consecuencia, debe responder a criterios de calidade e rigor, polo que se seguirá unha metodoloxía específica suxerida polos profesores que permita identificar axeitadamente as necesidades de información e a selección de fontes, o tratamento de datos e a presentación de resultados conforme se exigen dende o Master e, como paso previo aos retos aos que terán que afrontar nun futuro profesional.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
C23	Planificación e realización dun proxecto integrado de internacionalización.
C24	Planificación e realización dun proxecto de márketing internacional.
D1	Capacidade para comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Desenvolver unha metodoloxía adecuada para o diagnóstico, a xeración de alternativas e a elección de opcións para a internacionalización de empresas, organizacións ou proxectos.	A1 C23 C24 D1 D2 D3
Propiciar a toma de decisións activa nun contexto empresarial. Estimular o emprendimento de proxectos de internacionalización.	A1 C23 C24 D1 D2 D3
Favorecer a implicación na posta en marcha de proxectos de internacionalización ou desenvolvendo algún xa existente.	A1 C23 C24 D1 D2 D3

Contidos

Topic

Os contidos do proxecto poderán desenvolverse en calquera actividade que implique internacionalización, con especial valor a aquelas que impliquen alianzas ou o desenvolvemento de cooperación.

Os ámbitos do proxecto poderán centrarse nos seguintes:

- Exportación ou importación de produtos.
- Comercialización de servizos.
- Adquisición ou venda internacional de tecnoloxías ou desenvolvemento de proxectos internacionais que impliquen accións consolidadas de I+D.
- Acordos de distribución e de cooperación nos que participen axentes internacionais.
- Producción, distribución, elaboración no exterior de produtos ou servizos.
- Acordos de cooperación entre organizacións, empresas ou entidades que impliquen accións no ámbito global ou internacional, en particular, empresas mixtas, filiales, tanto de produción como de comercialización, contratos de asistencia técnica, licenzas, contratos de asistencia, subcontratación, participación en proxectos i+d.
- Tamén poderían articularse como combinación dos anteriores ou outras propostas a avaliar polos profesores sempre que impliquen internacionalización directa ou inversa.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	2	20	22
Aprendizaxe baseado en proxectos	1	96	97
Traballo	1	30	31

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodoloxía docente

	Description
Traballo tutelado	Traballo autónomo para parte de o alumno que será supervisado polo titor asignado desde a coordinación da materia. Esta asignación pode derivar dun acordo entre o alumno e o titor, ou a asignación pode vir desde a coordinación da materia pola proximidade temática.
Aprendizaxe baseado en proxectos	INTRODUCCIÓN: Xustificación do traballo Obxectivos [identificar] Descrición específica da metodoloxía 1. ANÁLISE E DIAGNÓSTICO 1.1 ANÁLISE DA CONTORNA GLOBAL. 1.2 ANÁLISE DA CONTORNA ESPECÍFICO. 1.3 ANÁLISE INTERNA [SE PROCEDE]. 1.4 DIAGNÓSTICO. 2. ESTRATEXIAS. 2.1 FIXACIÓN DE OBXECTIVOS. 2.2 ESTRATEXIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN. 2.3 SÍNTESE: PLAN DIRECTOR DE INTERNACIONALIZACIÓN (análise simple de viabilidade). 3. CONCLUSIÓNS. Bibliografía. Apéndices.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Aprendizaxe baseado en proxectos	O estudiantado ten sesións de orientación e cadanseu titor individual.
Traballo tutelado	Atención por parte do titor á evolución do traballo. O coordinador da materia informará das datas e procedementos que han de cumprir os estudantes.

Avaliación					
	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Traballo tutelado	INFORME ELABORADO POLO TITOR.	30	A1	C23	D1
	O informe do titor, coñecedor do traballo, se terá en conta na cualificación do alumno.			C24	D2 D3
Aprendizaxe baseado en proxectos	DESENVOLVEMENTO E ELABORACIÓN DO PROXECTO.	40	A1	C23	D1
	O non cumprimento de prazos implicará unha valoración de cero no apartado correspondente. Rango de avaliación: 0-10: - Proposta e xustificación do proxecto, peso 5% (si o alumno non presenta unha proposta no prazo previsto adxudicaráselle polo profesor un proxecto). - Estrutura e índice tentativo, peso 5%. - Elaboración da análise (da contorna e interno, si procede), peso 30%. - Elaboración do diagnóstico, peso 20%. - Elaboración de estratexias, peso 30%. - Elaboración da viabilidade e implantación, peso 10%.			C24	D2 D3
Traballo	PRESENTACIÓN FINAL DO PROXECTO:	30	A1	C23	D1
	A presentación poderá ser pública. Os criterios de avaliación serán os seguintes: Calidade da presentación, peso 20% Contidos, peso 50% Enfoque e orixinalidade, peso 20%; Bibliografía e documentación, peso 10%			C24	D2 D3

Other comments on the Evaluation

As dúas fases, Desenvolvemento e elaboración do proxecto (Proxectos) e Presentación final do proxecto (Traballos e proxectos) necesitan ser superadas. É dicir, é necesario obter polo menos un 5 globalmente en cada parte para superar a asignatura de proxecto.

No caso de concorrer á segunda convocatoria, avaliarase igualmente o seguimento do proxecto cun 40% e o 30% da avaliación global corresponderá á Presentación final do proxecto que o alumno entregará nas condicións establecidas polos profesores, e se avaliará de acordo cos criterios establecidos na Presentación final do proxecto (apartado de traballos e proxectos). O titor aportará unha cualificación numérica que corresponde ao 30% da cualificación.

No caso de que o TFM sexa cualificado só polo titor/a, sempre que a normativa permita esta opción, o titor utilizará os mesmos criterios indicados en esta guía sen a limitación do 30% citada no párrafo anterior.

Importante: Calquera evidencia de traballo/s plagiado/s ou copiado/s suporá unha cualificación directa de suspenso que pode ser das dúas convocatorias.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recomendacións

Other comments

Recoméndase superar as materias do primeiro cuadrimestre.

IDENTIFYING DATA				
Prácticas Externas				
Subject	Prácticas Externas			
Code	V06M101V02209			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán			
Department				
Coordinator	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
E-mail	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
General description	Esta materia está asociada a o período de prácticas que deben realizar os alumnos de o máster de comercio internacional. O cometido é facilitar a documentación necesaria para realizar as prácticas así como definir o como se debe facer a memoria de prácticas.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
B1	Capacidade para resolver problemas de xestión.
B5	Traballar en equipo.
B6	Aplicar o coñecemento á práctica.
C25	Aplicación práctica de coñecementos adquiridos: financiamento, márketing, fiscalidade, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos
D1	Capacidade para comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos.

Resultados previstos na materia	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
Mellorar as presentacións en público e o traballo en equipo	B1 B5 B6 C25 D1 D2 D3

Contidos	
Topic	
Realización de prácticas en empresa ou institucións relacionadas co comercio internacional, con polo menos 180 horas de duración.	1. Análise da situación da empresa. 2. Identificación de actividades desenvolvidas.
As prácticas serán titorizadas por un responsable da empresa e un profesor do Máster.	

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticum, Practicas externas e clínicas(Repetida non usar)	0	140	140
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas(Repetida non usar)	0	10	10
*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.			

Metodoloxía docente	
	Description
Prácticum, Practicas externas e clínicas(Repetida non usar)	O alumno realiza as súas prácticas externas na empresa ou institución asignada pola organización do Máster, a través dun convenio de colaboración asinado pola empresa e a Universidade de Vigo.

Atención personalizada	
Methodologies	Description
Prácticum, Practicas externas e clínicas(Repetida non usar)	Localización de empresa para a realización das prácticas e axuda durante o proceso.
Tests	Description
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas(Repetida non usar)	Atención a dúbidas derivadas da realización das memorias.

Avaliación					
	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas(Repetida non usar)	O alumno debe elaborar unha memoria de prácticas, seguindo as indicacións de os profesores de a materia. En a avaliación terase en conta a estrutura de a memoria, a corrección técnica e formal, e a achega persoal de o alumno en a aplicación de os coñecementos adquiridos en as restantes materias. O informe debe incluír a avaliación realizada por o responsable en a empresa de prácticas, que influirá en a cualificación final. O documento de avaliación Anexo IV: informe do titor/a da empresa ou entidade ponderará un 40% da nota final.	100	B1 B5 B6	C25	D1 D2 D3

Other comments on the Evaluation

É necesario que os alumnos que queiran realizar prácticas entreguen a súa Currículum Vitae en canto o esíxa o profesor de modo que se axilice todo o proceso, porque existe unha dependencia de terceiras partes. Si o alumno dubida entre realizar as prácticas ou utilizar a súa experiencia profesional, debe tomar unha decisión antes de que finalice o mes de febreiro, para que os responsables de o máster teñan tempo suficiente para atopar unha empresa colaboradora.

Os alumnos que opten por utilizar a experiencia profesional para compensar as 180 horas de prácticas, deben xustificar a súa experiencia mediante un escrito de un responsable en a organización en a que traballa e que vincule a súa experiencia con o comercio internacional. Así mesmo debe entregar a memoria final que será o elemento utilizado para cualificar a materia.

En a segunda convocatoria utilizaranse os mesmos criterios de avaliación que en a primeira.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Recomendacións

Other comments

Os alumnos con experiencia laboral poderán convalidar esta materia pola súa actividade profesional de polo menos seis meses realizando tarefas relacionadas co comercio internacional. Recoméndase que o alumno que opte por esta vía comuníqueo canto antes aos profesores responsables da materia.

Así mesmo recoméndase aos alumnos a máxima flexibilidade na aceptación das prácticas propostas pola organización do Máster. Non sempre é posible ofrecer ao alumno máis dunha opción de prácticas.