



Facultade de Comercio

GUÍA DOCENTE

GUÍA DOCENTE

GUÍA DOCENTE DAS TITULACIÓNS: GRAO EN COMERCIO, MASTER EN COMERCIO INTERNACIONAL, MASTER EN DIRECCIÓN DE PEMES.

UBICACIÓN

ENDEREZO: RÚA TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

PARA VER A SITUACIÓN NO MAPA PREMA NO SEGUINTE ENLACE OU BEN USE STREETVIEW. PARA ACCESO POR BUS URBANO: VITRASA

FOTOS DO EDIFICIO CENTRAL DA FACULTADE DE COMERCIO E DA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO Á EEI.)



INSTALACIÓNS E SERVIZOS

Pode consultar esta información na web do centro: <http://www.fcomercio.es>

EQUIPO DECANAL

Equipo Decanal da Facultade de Comercio

CALENDARIO ESCOLAR

- CALENDARIO ACADÉMICO DO CURSO DA UNIVERSIDADE DE VIGO
- O Calendario do Curso Académico do Grado en Comercio se pode consultar na sua páxina web: <https://fcomercio.uvigo.es/>

Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial

Materias			
Curso 1			
Código	Nome	Cuadrimestre	Cr.totais
V06M101V03101	Economía Internacional	1c	3
V06M101V03102	Dirección Internacional da Empresa e os Mercados no Mundo	1c	4.5
V06M101V03103	Contabilidade e Finanzas Internacionais	1c	4.5
V06M101V03104	Xestión das Operacións Internacionais	1c	4.5
V06M101V03105	As TIC no Comercio Internacional	1c	4.5
V06M101V03106	Inglés Comercial	1c	4.5
V06M101V03107	Dirección Internacional da Empresa	1c	4.5
V06M101V03201	Dereito Internacional e Contratación	1c	3
V06M101V03202	Márketing Internacional	2c	4.5
V06M101V03203	Fiscalidade Internacional	2c	3
V06M101V03204	Transporte e Loxística	2c	3
V06M101V03205	Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacóns no e-Comercio	2c	4.5
V06M101V03206	Comunicación Profesional Internacional	2c	4.5
V06M101V03207	Practicum	2c	6
V06M101V03208	Traballo de Fin de Máster	2c	6
V06M101V03209	Prácticas Externas	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Economía Internacional				
Materia	Economía Internacional			
Código	V06M101V03101			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Galego Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Méndez, Miguel Enrique			
Profesorado	Lloveras Gutiérrez, Javier Martínez Fernández, Jacobo Manuel Pansera , Mario Rodríguez Méndez, Miguel Enrique Valdés Rodríguez, Alba			
Correo-e	miguel.r@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Nesta materia preténdese introducir ao estudante en aspectos relacionados coa globalización económica e a contorna internacional ao que deben enfrontarse as empresas, os distintos aspectos do comercio mundial e internacional, os instrumentos da política comercial e a Organización Mundial do Comercio, así como a balanza de pagos.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
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.
C1	Dominio dos conceptos económicos na contorna internacional para a aplicación de coñecementos e resolución de problemas nun contexto internacional novo e pouco coñecido.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
O estudantado será capaz de comunicar ante un público de maneira clara e sen ambigüidades os resultados dos seus proxectos, así como das súas ideas.	A4 B2 C1 D3
O alumno/a será capaz de entender e comprender o ámbito no que se desenvolve o comercio internacional.	C1 D3
O alumno/a dominará os conceptos económicos propios dunha contorna internacional e será capaz de aplicalos á resolución de problemas nun contexto internacional novo e pouco coñecido.	A4 B2 C1 D3

Contidos

Tema	
Global Megatrends.	Globalización.
	Global Megatrends.
	Implicacións para os países desenvolvidos e en vías de desenvolvemento.

Balanza de Pagos e comercio exterior	Balanza de Pagos e comercio exterior de produtos e servizos de España e Galicia.
	Tendencias e análises diversas sobre a actualidade; ex. Brexit, USA e proteccionismo, tensións na BP e BC españolas produto da situación global.
	Acordos de Libre Comercio (OMC/UE). Boas prácticas comercio exterior. Os diferentes bloques comerciais e os estados nación.
Os impactos negativos dos tratados de comercio internacional	Os impactos negativos dos tratados de comercio internacional e os seus opositores (por exemplo, ALCA, TTIP, TAP, etc.)
Visión Estratéxica da Empresa Galega.	Crítica ao PIB como medida do benestar (decrecemento e poscrecemento) Facilitadores e barreiras xerais e específicas do sistema empresarial galego.
	Actuacións estratéxicas para impulsar a internacionalización do sistema empresarial galego.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	12	12	24
Estudo de casos	0	12	12
Resolución de problemas	0	12	12
Traballo	1	25	26
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo con axuda de diverso material impreso ou proxectado
Estudo de casos	Estudo da situación actual e a súa repercusión na actividade da empresa.
Resolución de problemas	Resolución de exercicios e cuestións por parte do alumno baixo a supervisión do profesor.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas	O profesor responsable da actividade supervisará o desenvolvemento da actividade realizada por cada estudante. Ademais, estará ó seu dispor para resolver dúbidas durante horario de titorías.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Estudo de casos	Análise de diferentes situacións propostas polo profesor para realizar de forma individual ou en grupo.	20	A4	B2	C1	D3
Resolución de problemas	Análise e solución dos exercicios propostos polo profesor durante o curso.	20	A4	B2	C1	D3
Traballo	Informe breve sobre algúns contidos do curso	40	A4	B2	C1	D3
Exame de preguntas obxectivas	Examen de los contenidos teóricos y prácticos del curso	20			C1	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os estudantes que non obtivesen a través da avaliación continua puntuación suficiente para a superación da materia, poden alcanzar dita puntuación mediante a realización dun exame final nas datas que se indiquen.

Os estudantes que non seguisen a avaliación continua poden superar a materia a través dun exame final específico e puntuable de 0 a 10.

Para a segunda convocatoria aplicaranse os criterios anteriores.

Os estudantes da modalidade non presencial deberán realizar as tarefas que especifique o profesor tanto na primeira convocatoria como na segunda, debendo ser entregadas na data fixada no calendario oficial.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

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

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Outros comentarios

Esta guía docente describe en termos xerais o desenvolvemento da materia ao longo do curso, polo que debe considerarse de forma flexible. En consecuencia, pode requirir cambios ao longo do curso académico promovidos pola dinámica das clases ou pola relevancia das situacións que podan xurdir. Así mesmo, achegarase ao estudante a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dirección Internacional da Empresa e os Mercados no Mundo				
Materia	Dirección Internacional da Empresa e os Mercados no Mundo			
Código	V06M101V03102			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descrición xeral	Esta materia ofrece unha introducción ás características diferenciais que posúe a dirección de empresas nun mundo fortemente internacionalizado. Pretende asentar conceptos, metodoloxías e aspectos clave na adaptación a unha nova realidade. Asemade, pretende reflexionar sobre diferentes mercados e como a súa realidade inflúe directamente na forma de facer negocios.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
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.
B2	Capacidade para comunicarse de forma oral e escrita na propia lingua sobre conceptos técnicos.
B5	Traballar en equipo.
C3	Coñecemento das técnicas de dirección e xestión comercial nun contexto global, dos diferentes mercados, e das relacións e estratexias económicas de carácter internacional.
C4	Coñecemento das técnicas de venda, estratexias, produtos, marcas e comunicación nos mercados internacionais.
C23	Planificación e realización dun proxecto integrado de internacionalización.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Adquirir a capacidade de afrontar unha investigación de mercados internacional, baseada nunha metodoloxía previamente definida e utilizando unhas fontes de información recoñecidas e de contrastado prestixio. Incluindo a capacidade de tratar a información obtida así como a súa presentación.	A2 B2 B5 C3 C23
Coñecer os principais mercados, así como identificar os mercados potenciais, as súas características, os seus recursos, as súas capacidades, así como ás oportunidades de negocio que teñen asociadas	A2 B5 C3 C4 C23

Contidos

Tema	
Introdución: Oportunidades e Potencialidades do Comercio Internacional	1. Introducción. 2. Por que a internacionalización?
A función directiva e a planificación estratéxica	1. Crise actual e a internacionalización. 2. A internacionalización da empresa. 3. Claves para o éxito.
A internacionalización da empresa	1. A importancia da marca país. 2. O posicionamiento no exterior. 3. Estratexia integrada para a internacionalización da empresa.

Habilidades directivas nos mercados internacionais	1. Conxectos previos. 2. Tipificación de empresas e estilos de dirección.
A contorna internacional dos negocios	1. O contorno no marketing internacional. 2. Análise PESTEL.
O plan de internacionalización	1. Actitude e orientación directiva. 2. Proceso de decisión de internacionalización. 3. Plan operativo: estratexias e tácticas para a internacionalización.
Investigación de Mercados Internacionais	1. Introducción 2. Metodoloxía para a avaliación e análise de mercados 3. Investigación de mercados exteriores
Mercados no mundo	UE, EEUU, China, Brasil, entre outros.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	3	3	6
Debate	13	20	33
Estudo de casos	16	16	32
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	16	17
Exame de preguntas obxectivas	1	15	16
Traballo	0	8.5	8.5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor das leccións de acordo coa planificación do curso. Inclúe preguntas, debate e intercambio de opinión.
Debate	Foros de discusión e debate no que os estudantes terán que expor a súa consideración razoada sobre os temas expostos polo profesor.
Estudo de casos	Formulación de casos reais de empresas internacionalizadas sobre os que han responder os estudantes de forma individual ou en grupo.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Resposta a dúbidas específicas que xurdan á hora de resolver o caso.
Probas	Descrición
Traballo	Atención a cuestións xurdidas en proxectos colaborativos.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Lección maxistral	Asistencia, actitude, participación nas clases.	0	B2 C3
Debate	Reflexión e debate sobre os temas propostos polo profesor.	20 A2	B2 C3 C4 C23
Estudo de casos	Resolución de casos de estudo a partir das pautas expostas en clase.	25 A2	B2 C3 C4 C23 B5
Resolución de problemas e/ou exercicios	Proba sobre comprensión, coñecemento e aplicación de conceptos.	5 A2	C3 C4 C23
Exame de preguntas obxectivas	Probas de pregunta tipo test para comprobar os coñecementos adquiridos.	35	C3 C4 C23
Traballo	Realización dun traballo asociado á internacionalización da empresa.	15	B2 C3 B5 C4 C23

Outros comentarios sobre a Avaliación

Alumnos Versión Non Presencial

Próbalas tipo test teñen a mesma valoración. O resto de valoracións corresponderán aos foros ou outras actividades

expostas polo coordinador da materia.

Para superar a materia deberán entregar todas as actividades expostas.

De non ser así a cualificación figurará como non presentado (se non entrega o 20% das actividades) ou suspenso (se supera o 20% de entregables). No espazo de Moovi disporán da información requirida.

Convocatoria de xullo

Para a convocatoria de xullo, os alumnos presenciais deberán presentarse ao exame na data oficial. Para os alumnos non presenciais será necesario entregar todas as actividades solicitadas no curso así como atender unha proba que se poderá responder en Moovi.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

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

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

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

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Márketing Internacional/V06M101V03202

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Contabilidade e Finanzas Internacionais				
Materia	Contabilidade e Finanzas Internacionais			
Código	V06M101V03103			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Amigo Dobaño, Josefina Lucy			
Profesorado	Amigo Dobaño, Josefina Lucy María Domínguez, Silvia Sáez Ocejo, José Luis			
Correo-e	lamigo@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia "financiación internacional" ten por obxecto que o estudante aprenda a rexistrar contablemente as operacións relacionadas coa actividade internacional, as características dos medios de cobro e pago que fan posibles as transaccións internacionais, así como os recursos dispoñibles que reducen os riscos inherentes aos negocios internacionais: riscos 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

Código	
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

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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 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 B5 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

Tema

MÓDULO INTRODUCTORIO	Introdución 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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
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

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

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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, cun mínimo de 5 puntos cada proba.

2.- EXAME FINAL

O alumno que non supere ou realice algunha das probas periódicas ou algún dos traballos, actividades ou exercicios, deberá realizar os 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.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

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

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Xestión das Operacións Internacionais				
Materia	Xestión das Operacións Internacionais			
Código	V06M101V03104			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Muñoz Dueñas, María del Pilar Rocha Rodríguez, Pablo			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es			
Web	http://mcinternacional.uvigo.es/es			
Descrición xeral	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

Código	
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

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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

Tema	
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 xeoeconómicos 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: Os servizos internacionais.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	15	14	29
Foros de discusión	0	4	4
Lección maxistral	10	10	20
Exame de preguntas obxectivas	1	16	17
Resolución de problemas e/ou exercicios	10	25.5	35.5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Traballo tutelado	Traballo sobre Licitacións Públicas Internacionais.
Foros de discusión	Participación en foros abertos na plataforma faitic. 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	
Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	No horario de tutorías e/ou acordado co 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			
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Traballo tutelado	Elaborar informes sobre operacións derivadas de alianzas internacionais (creación dunha empresa mixta...) e outras tarefas complementarias (política comercial, traballo LPI e foros)	20	A2 B1 C9 B6 C10 C13
Lección maxistral	Foros abertos na plataforma Moovi sobre resolución de cuestións plantexadas ou debates.	10	C9 C10 C13
Exame de preguntas obxectivas	Exame oficial da materia, con preguntas tipo test	30	C9 C10 C13
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resolución de casos prácticos	40	A2 B1 C9 B6 C10 C13

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os estudantes que non superaron a materia ou non cumplan cos requisitos da avaliación continua deberán aproveitar a segunda oportunidade en xullo. Para aprobar a materia na segunda convocatoria, os alumnos deberán entregar os exercicios solicitados polos profesores e presentarse ao exame na data oficial da convocatoria. Para aprobar esta materia, a nota será en todas as modalidades e oportunidades, un 5 sobre 10. Calquera situación de plaxio ou copia nos documentos entregados obras implicará de inmediato un suspenso na nota final.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

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

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

Bibliografía Complementaria

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

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

Recomendacións

Outros comentarios

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.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
As TIC no Comercio Internacional				
Materia	As TIC no Comercio Internacional			
Código	V06M101V03105			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	Alves Martínez, Luís Fernando Castro Rascado, Enrique García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
Descrición xeral				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
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

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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

Tema	
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 virtuales. Ferramentas online para a xestión e o comercio.

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
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 AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: obrigatorio
Prácticas con apoio das TIC	Prácticas con equipo informático guiadas con tutoriais e exercicios, así como autónomas, usando ferramentas TIC.
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. Lecturas de materiais proporcionados polo profesor.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas	O alumnado terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través da plataforma online e outros medios telemáticos, a 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.
Probas	Descrición
Exame de preguntas obxectivas	O alumnado terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través da resolución de problemas, de casos de estudo e debate, e do control regular do traballo realizado.

Avaliación						
	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe		
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. 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"	90	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17	

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
-------------------------------	---	----	----	----------	--------------------------

Outros comentarios sobre a Avaliación

MODALIDADE de evaluación 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 seguir de maneira asidua la materia a través da plataforma online destinada para elo.
- Deberá entregar as actividades avaliadas, 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 avaliados (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 considerárase 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 evaluación 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 avaliadas 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 avaliadas 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 items avaliados (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

Bibliografía Básica

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

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

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

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

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

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

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

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,

Bibliografía Complementaria

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

Recomendacións

Materias que continúan o temario

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

Outros comentarios

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.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Inglés Comercial				
Materia	Inglés Comercial			
Código	V06M101V03106			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lingua de impartición	Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli Trusca , Marioara Mirela			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
Descrición xeral	Esta materia abordará as catro destrezas comunicativas en inglés para o comercio internacional así como a importancia dos aspectos culturais na comunicación			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
B3	Dominio de linguas estranxeiras aplicadas ao comercio.
C18	Coñecemento dos rexistros específicos do inglés para negocios.
C19	Dominio da redacción comercial en inglés, utilización correcta dos termos técnicos.
C20	Dominio oral da linguaxe comercial en inglés.
C21	Coñecemento do inglés en contextos específicos: feiras, mercados, reunións, negociacións.
C22	Desenvolvemento de habilidades comunicativas e de protocolo.
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.

Resultados previstos na materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Falar ben en público, dominando a linguaxe oral e as estratexias comunicativas e de protocolo, promovendo o uso da linguaxe inclusiva e non sexista.	A3 B3 C20 C22 D1
Coñecemento e dominio do idioma internacional dos negocios, dos diferentes rexistros e a súa aplicación en contextos específicos e incorporando unha perspectiva de xénero.	A3 B3 C18 C19 C21 D1
Coñecemento das técnicas de venda, estratexias, produtos, marcas e comunicación nos mercados internacionais así como a aplicación práctica nas funcións comunicativas en lingua inglesa	A3 B3 C20 C21 D1
Dominio da terminoloxía específica e a correcta aplicación e uso na redacción de textos escritos en inglés.	A3 B3 C18 C19 D1

Contidos
Tema

Técnicas de procura e adquisición de vocabulario	1.1. Uso de dicionarios e outros materiais de referencia: tipos, información, procuras na rede 1.2. Sistematización da aprendizaxe terminolóxica: sufixos e prefixos, familias léxicas e derivación, combinacións frecuentes, falso amigos, verbos frasales, ... 1.3. Linguaxe inclusiva e non sexista
Cultura e comunicación	2.1. Concepto de cultura e a súa influencia na comunicación 2.2. Comunicación intercultural no comercio internacional. O valor da perspectiva de xénero. 2.3. Comunicación verbal e non verbal
Comunicación escrita	3.1. Rexistro 3.2. Tipoloxías de textos e documentos comerciais 3.3. Correspondencia: Correos electrónicos, faxes e cartas comerciais. 3.4. Documentos de comercio internacional
Conversas telefónicas	4.1. Pronunciación e fluidez. Estrutura e fraseoloxía das conversas telefónicas 4.2. Preparación e comprensión oral 4.3. Contacto: mensaxes, precios e descontos, métodos de pago

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	2	0	2
Lección maxistral	6	12.5	18.5
Prácticas de laboratorio	26	50	76
Cartafol/dossier	0	4	4
Exame de preguntas obxectivas	1	0	1
Proxecto	0	2	2
Simulación ou Role Playing	0	2	2
Exame de preguntas obxectivas	1	2	3
Exame oral	0	2	2
Cartafol/dossier	0	2	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introdutorias	Presentación da materia, do sistema de traballo, os materiais, a bibliografía e a avaliación.
Lección maxistral	Presentación de contidos teórico-prácticos, discusión e instrucións sobre traballos e tarefas a levar a cabo.
Prácticas de laboratorio	Posta en práctica das destrezas comunicativas en inglés en grupos pequenos, a través de actividades individuais, por parellas ou en grupo.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Posta en práctica das destrezas comunicativas en inglés en grupos pequenos, a través de actividades individuais, por parellas ou en grupo

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Cartafol/dossier	Glosario de termos comerciais. Informe. Actividade de grupo	15	B3 C18 C19 D1
Exame de preguntas obxectivas	Proba de comprensión oral. Individual.	15	A3 B3 C18 C21 D1
Proxecto	Conflitos culturais: Dilema e decisión. Actividade en parellas. Revisión por pares.	15	A3 B3 C21 C22 D1
Simulación ou Role Playing	Correspondencia comercial. Actividade de grupo.	15	A3 B3 C18 C19 C21
Exame de preguntas obxectivas	Proba de comprensión oral: Un cliente estranxeiro. Individual.	15	B3 C18 C21 C22

Exame oral	Gravación dunha mensaxe de teléfono. Individual.	10	B3	C18 C20 C21
Cartafol/dossier	Interpretación de rasgos non verbais. Individual.	15	A3 B3	C21 C22

Outros comentarios sobre a Avaliación

ESTUDANTADO DA MODALIDADE VIRTUAL: A avaliación será continua. A condición para seren avaliado será a entrega puntual das actividades que se publicarán na plataforma ao comezo do curso. Non se admitirán actividades entregadas con posterioridade á data límite (cun período de gracia de 24 horas no que as actividades se avaliarán como SUSPENSO/APROBADO). Se o alumnado non supera a materia por avaliación continua, deberá facer unha proba en xullo que suporá o 100% da calificación final

N.B.: En caso de calquera tipo de plaxio a cualificación final será de suspenso.

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Poderá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto, foro de Moovi, ...) con cita previa (na medida do posible, se responderá nun prazo máximo de 3 días hábiles).

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

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

Cross-Cultural Communication, 1st, Insight Media,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación Profesional Internacional/V06M101V03206

Outros comentarios

O punto de partida recomendado para o correcto seguimento do curso é un nivel B2 do Marco Europeo de Referencia para as Linguas. Calquer estudante que non acade o mínimo o comezo do curso, debe falar coa profesora para poder superar a materia sen problemas.

A bibliografía completa se incorporará en cada un dos temas.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dirección Internacional da Empresa				
Materia	Dirección Internacional da Empresa			
Código	V06M101V03107			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	Lampón Caride, Jesús Fernando Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Cabanelas Omil, José Lampón Caride, Jesús Fernando Lloveras Gutiérrez, Javier			
Correo-e	jesus.lampon@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descrición xeral	Esta materia ofrece unha introducción ás características diferenciais que posúe a dirección de empresas nun mundo fortemente internacionalizado. Pretende asentar conceptos, metodoloxías e aspectos clave na adaptación a unha nova realidade. Asemade, pretende reflexionar sobre diferentes mercados e como a súa realidade inflúe directamente na forma de facer negocios.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
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.
B5	Traballar en equipo.
C3	Coñecemento das técnicas de dirección e xestión comercial nun contexto global, dos diferentes mercados, e das relacións e estratexias económicas de carácter internacional.
C4	Coñecemento das técnicas de venda, estratexias, produtos, marcas e comunicación nos mercados internacionais.
C23	Planificación e realización dun proxecto integrado de internacionalización.
D2	Capacidade para comunicarse por oral e por escrito en lingua galega

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecer os principais mercados, así como identificar os mercados potenciais, as súas características, os seus recursos, as súas capacidades, así como ás oportunidades de negocio que teñen asociadas	A2 B5 C3 C4 C23 D2

Contidos

Tema	
Introdución: Oportunidades e Potencialidades do Comercio Internacional	1. Introducción. 2. Por que a internacionalización?
A función directiva e a planificación estratéxica	1. Crise actual e a internacionalización. 2. A internacionalización da empresa. 3. Claves para o éxito.
A internacionalización da empresa	1. A importancia da marca país. 2. O posicionamiento no exterior. 3. Estratexia integrada para a internacionalización da empresa.

Habilidades directivas nos mercados internacionais	1. Conxectos previos. 2. Tipificación de empresas e estilos de dirección.
A contorna internacional dos negocios	1. O contorno no marketing internacional. 2. Análise PESTEL.
O plan de internacionalización	1. Actitude e orientación directiva. 2. Proceso de decisión de internacionalización. 3. Plan operativo: estratexias e tácticas para a internacionalización.
Investigación de Mercados Internacionais	1. Introducción 2. Metodoloxía para a avaliación e análise de mercados 3. Investigación de mercados exteriores
Mercados no mundo	UE, EEUU, China, Brasil, entre outros.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	3	3	6
Debate	15	18	33
Estudo de casos	16	16	32
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	16	17
Exame de preguntas obxectivas	1	15	16
Traballo	0	8.5	8.5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor das leccións de acordo coa planificación do curso. Inclúe preguntas, debate e intercambio de opinión.
Debate	Foros de discusión e debate no que os estudantes terán que expor a súa consideración razoada sobre os temas expostos polo profesor.
Estudo de casos	Formulación de casos reais de empresas internacionalizadas sobre os que han responder os estudantes de forma individual ou en grupo.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Resposta a dúbidas específicas que xurdan á hora de resolver o caso.
Probas	Descrición
Traballo	Atención a cuestións xurdidas en proxectos colaborativos.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Lección maxistral	Asistencia, actitude, participación nas clases.	0	C3
Debate	Reflexión e debate sobre os temas propostos polo profesor.	20	A2 C3 C4 C23
Estudo de casos	Resolución de casos de estudo a partir das pautas expostas en clase.	25	A2 B5 C3 C4 C23 D2
Resolución de problemas e/ou exercicios	Proba sobre comprensión, coñecemento e aplicación de conceptos.	5	A2 C3 C4 C23
Exame de preguntas obxectivas	Probas de pregunta tipo test para comprobar os coñecementos adquiridos.	35	C3 C4 C23
Traballo	Realización dun traballo asociado á internacionalización da empresa.	15	B5 C3 C4 C23 D2

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para superar a materia deberán entregar todas as actividades obrigatorias.

De non ser así a cualificación figurará como non presentado (se non entrega o 20% das actividades) ou suspenso (se supera

o 20% de entregables). No espazo de Moovi disporán da información requirida.

Convocatoria de xullo

Será necesario entregar todas as actividades solicitadas no curso así como atender unha proba que se poderá responder en Moovi.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

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

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

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

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Márketing Internacional/V06M101V03202

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dereito Internacional e Contratación				
Materia	Dereito Internacional e Contratación			
Código	V06M101V03201			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Profesorado	González López, Marta Lloves Suarez, Elías Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Correo-e	victoriapicatoste@vento.es			
Web				
Descrición xeral	Dereito da contratación internacional é unha materia na que se examinan, dende unha perspectiva xurídica, as distintas figuras dos mais importantes contratos internacionais, tanto no eido mercantil como laboral, de xeito que o alumno poida percibir que o mercado internacional é un espacio regulado por normas xurídicas no que os suxeitos actuantes teñen dereitos e obrigas, no seu caso, esixibles ante os tribunais.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
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

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecemento do ámbito no que se desenvolve o comercio internacional, en especial do funcionamento dos recursos legais dispoñibles para a resolución de conflitos con elemento internacional.	A4 B2 C2

Contidos

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

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	12	24	36
Resolución de problemas de forma autónoma	10	10	20
Resolución de problemas e/ou exercicios	2	17	19

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Estudo de casos	Análise de casos relacionados cos contidos teóricos expostos nas sesións maxistras, 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 cuestionarios de carácter teórico ou teórico-práctico por parte do alumno e baixo a supervisión de profesor.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
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					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
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	Avaliarase o correcto prantexamento en términos xurídicos do caso e a procura e axeitada aplicación dos preceptos legais que correspondan.	40		B2	C2
Resolución de problemas e/ou exercicios	As preguntas de resposta curta versarán sobre os contidos teórico-prácticos da materia impartidos nas sesións maxistras.	20			C2

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

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

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

Recomendacións

Outros comentarios

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumno na materia, estando concebida de forma flexibel. 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, achegarásese ao alumnado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada intre do proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Márketing Internacional				
Materia	Márketing Internacional			
Código	V06M101V03202			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo Pérez Moure, Hugo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, David Cabanelas Lorenzo, Pablo López Miguens, María Jesús López Suárez, Óscar Pérez Moure, Hugo Rodríguez Daponte, María del Rocío Vázquez- Palacios Sánchez, Alejandro			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es hugoperezmourep@gmail.com			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descrición xeral				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
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 márketing internacional.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar os aspectos diferenciais de mercados exteriores respecto ao mercado doméstico, e aplicalo á toma de decisións.	A2 B1 C4 C22 C24 D3

Contidos

Tema	
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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	16	16	32
Seminario	1	1	2
Debate	6	12	18
Resolución de problemas e/ou exercicios	12	23	35
Exame de preguntas obxectivas	1	20	21
Traballo	0	4.5	4.5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición de conceptos teóricos e / ou prácticos para a comprensión da materia.
Seminario	Conferencias temáticas desenvolvidas por expertos na materia. Inclúe exposición e unha quenda de discusión entre os asistentes.
Debate	o Alumnado debera de participar en los debates ou foros da materia.

Atención personalizada

Probas Descrición

Traballo	Resolución de dúbidas dos alumnos en relación a algún aspecto da materia (contido, traballo e / ou prácticas), proporcionando orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe.
----------	--

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Debate	O alumnado participará en foros ou debates sobre a materia.	30 A2	B1 C4 D3 C24
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumno desenvolverá casos prácticos, lecturas ou exercicios sobre temas relacionados coa materia.	40 A2	C4 C22 C24
Exame de preguntas obxectivas	Proba / s para a avaliación das competencias adquiridas. Poderían ser preguntas tipo test, exercicios, traballo, etc. para comprobar o seguimento da materia.	30	C4 C22 C24

Outros comentarios sobre a Avaliación

O MCI segue un proceso de avaliación continua a través da plataforma de teledocencia.

Para superar a materia deberán entregar todas as actividades plantexadas. No caso contrario figurará coma non presentado.

No espazo de teledocencia darase toda a información da materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Fiscalidade Internacional				
Materia	Fiscalidade Internacional			
Código	V06M101V03203			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	xmcobas@uvigo.gal pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Coñecer e saber liquidar os impostos vinculados coas actividades internacionais da empresa.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
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.
C7	Dominio dos diferentes tributos relacionados co comercio internacional.
C8	Resolución de problemas prácticos de tributación nas operacións de comercio internacional.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecer as obrigacións fiscais inherentes á actividade internacional e ser capaz de formalizar as correspondentes declaracións de impostos.	A2 B1 B6 C7 C8

Contidos

Tema	
Módulo I. Imposto aduaneiro	1.1.- Base imponible: axustes dos artigos 32 e 33 do Código Aduaneiro Modernizado. 1.2.- Zonas exentas.
Módulo II. IVE nas operacións intracomunitarias de bens e servizos	2.1.- Conceptos xerais sobre o IVE. 2.2.- Operacións exentas e a regra de prorrata. 2.3.- Entregas e adquisicións intracomunitarias de bens: número EORI. 2.4.- Ventas online na UE. 2.5.- Tributación dos servizos intracomunitarios. 2.6.- Recuperación dos IVEs soportados noutros países: modelos 360 e 361. 2.7.- Declaración estatística Intrastat.

Módulo III. IVE nas operacións con terceiros países

- 3.1.- O IVE nas exportacións de bens.
- 3.2.- Operacións asimiladas ás exportacións.
- 3.3.- Operacións vinculadas ás exportacións.
- 3.4.- Tax free e Duty free.
- 3.5.- O IVE nas exportacións de servizos.
- 3.6.- O IVE nas importacións de bens.
- 3.7.- Operacións asimiladas ás importacións
- 3.8.- Importación por un Estado membro distinto do país de entrada
- 3.9.- Depósito distinto do aduaneiro
- 3.10.- Modelos liquidatorios

Módulo IV. Impostos Especiais

- 4.1. Ámbito de aplicación
- 4.2. Feito imponible
- 4.3. Devengo
- 4.4. Suxeito pasivo

Módulo V. Inversión no exterior

- 5.1.- Introducción, ¿qué se busca co investimento directo no exterior?
- 5.2.- Economías de escala ligadas á internacionalización.
- 5.3.- Condicións necesarias para o investimento directo
- 5.4.- O proceso de internacionalización. ¿Por onde empezar?
- 5.5.- Factores determinantes para escoller o destino do investimento no exterior

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	10	10	20
Resolución de problemas	9	28	37
Foros de discusión	4	5	9
Exame de preguntas obxectivas	1	8	9

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesorado dos conceptos teóricos, exemplos e casos relacionados co programa da materia.
Resolución de problemas	Resolución de problema e exercicios
Foros de discusión	Participación nos foros de discusión plantexados na plataforma Moovi

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Foros de discusión	Resposta a dúbidas sobre vocabulario e comprensión da temática da materia
Lección maxistral	Resolución dúbidas individuais
Resolución de problemas	Atención a dificultades de comprensión dos/das estudantes

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Resolución de problemas	Realización de los ejercicios y problemas propuestos por el profesorado en la materia	40	A2 B1 C7 B6 C8
Foros de discusión	Asistencia participativa en los foros de debate	20	
Exame de preguntas obxectivas	Examen oficial de la materia con preguntas tipo test	40	

Outros comentarios sobre a Avaliación

1.- AVALIACIÓN CONTINUA

O/A estudante deberá superar todas as probas periódicas e realizar todas as actividades ou exercicios que propoña o profesorado da materia ao longo do curso.

2.- EXAME FINAL

O/A estudante que non superar ou realizara algunha das probas periódicas ou algunha das actividades ou exercicios, deberá

realizar os exames finais da materia nas datas que estableza a comisión académica do máster.

Neles deberá entregar as actividades pendentes e realizar as probas non aprobadas ao longo do curso, podendo conservar as notas das probas superadas e das actividades realizadas ao longo do curso.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Xestión das Operacións Internacionais/V06M101V03104

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Transporte e Loxística				
Materia	Transporte e Loxística			
Código	V06M101V03204			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Diz Comesaña, María Eva González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Profesorado	Diz Comesaña, María Eva González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Correo-e	evadiz@uvigo.es tgonzalez-portela@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	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	
Código	
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	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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
Tema

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 dos 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 Contenedores 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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
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

Metodoloxías	Descrición
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

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas	Proba obxecto de avaliación continua. Consiste na resolución de forma individual ou en grupo de cuestións prantexadas, guiadas e supervisadas polo profesor sobre a materia. Si evaluará a participación do alumno e comprensión da materia.	20	A2	B1	C11 C12 C13
Estudo de casos	Proba obxecto de avaliación continua. Resolución en grupo de casos de empresas relacionados cos contenidos 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

Outros comentarios sobre a Avaliación

A **primeira parte da asignatura** (50% da nota final da asignatura), correspondente ós **temas 1, 2 e 3**, consta dunhas actividades obrigatorias e avaliábeles:

- A avaliación do tema 1 (25% da nota final da asignatura) consistirá en 2 traballos.
- A avaliación dos temas 2 e 3 (25% da nota final da asignatura) consistirá en 4 cuestionarios e na participación nos Foros habilitados na plataforma docente.

Para superar a primeira parte é necesario cumprir dúas condicións: 1) realizar os 2 traballos, os 4 cuestionarios e participar nos Foros habilitados na plataforma docente. 2) obter un mínimo de 5 puntos en cada traballo, cuestionarios e nos Foros (Escala de 0 a 10 puntos).

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

- 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

Bibliografía Básica

- DIZ-COMESAÑA, M.E., **Logística de Compras: Conceptos básicos y gestión de compras**, En Torres (2010), FERNÁNDEZ SASIAÍN, FRANCISCO, **Estiba y Tríncaje 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.**, IGAPÉ; ANFACO, 2006
- GARCÍA, J. y PRADO, J.C., **El Envase y el Embalaje y su relación con la Logística**, Servicio de Publicacións de la Universidad de Vigo, 2005
- JACOBS, F. R. y CHASE, R. B., **Administración de Operaciones. Producción y Cadena de Suministros**, ISBN: 9781456291174; ISBN ebook: 9781456292263, 16ª edición, McGraw-Hill, 2022
- LUSA, A. (Coordinadora), **Guía para el diseño de la cadena de suministro**, ISBN: 9788417946821, 1ª edición, Dextra Editorial, 2022
- PRADO, J.C. y OTROS, **Dirección de Logística y Producción**, Servicio de Publicacións de la Universidad de Vigo, 2000
- SANTOS, J. y OTROS, **Mejorando la producción con lean thinking**, Pirámide, 2015
- TORRES, F.J. (Coord.), **Transporte Marítimo en la Cadena de Suministros**, Andavira Editora, 2010

Bibliografía Complementaria

- ANAYA TEJERO, J.J., **Logística Integral. La Gestión Operativa de la Empresa**, ESIC, 2000
- ARIAS ARANDA, D. Y MINGUELA RATA, B. (Coords.), **Dirección de la producción y operaciones. Decisiones estratégicas**, Pirámide, 2018
- ARIAS ARANDA, D. Y MINGUELA RATA, B. (Coords.), **Dirección de la producción y operaciones. Decisiones operativas**, Pirámide, 2018
- COS, J.P. y DE NAVASCUÉS, R., **Manual de Logística Integral**, Díaz de Santos, 1998

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

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

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

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

Outros comentarios

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.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicaci3ns no e-Comercio				
Materia	Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicaci3ns no e-Comercio			
C3digo	V06M101V03205			
Titulaci3n	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lingua de impartici3n	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	Castro Rascado, Enrique de Prado Losada, Ana María García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descruci3n xeral				

Resultados de Formaci3n e Aprendizaxe	
C3digo	
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 electr3nicas, e os mercados a través de Internet. Dominio das operaci3ns electr3nicas, e dos aspectos colaterais de seguridade, riscos, e estruturas de funcionamento.
C15	Coñecemento das distintas aplicaci3ns de xesti3n de datos e ferramentas informáticas para o comercio electr3nico.
C16	Obtenci3n e valoraci3n de informaci3n na internet.
C17	Análise de software, elecci3n de sistemas e aplicaci3ns.

Resultados previstos na materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formaci3n e Aprendizaxe
O obxectivo da materia é o de adquirir un coñecemento aplicado do TIC e Internet no e-comercio. 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 electr3nicos, e os medios de pago electr3nicos no e-comercio.	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

Contidos	
Tema	
1. Visi3n 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 reputaci3n 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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
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.
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. Realízase xeralmente de maneira grupal (individual en caso de modalidade de avaliación global).
	AVALIACIÓN CONTINUA Carácter: obrigatorio
	AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: obrigatorio

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
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.
Probas	Descrición
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

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
------------	---------------	---------------------------------------

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 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%,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 B5	C14 C15 C16 C17

Outros comentarios sobre a Avaliación

MODALIDADE DE avaliación continua

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

- O/a estudante deberá seguir de maneira asidua la materia a través da plataforma online destinada para elo.
- 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 cumplan algún destes requisitos considerárase 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 TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, Ou SIMILAR, PREVALECERÁ

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

Recomendacións

Materias que se recomienda ter cursado previamente

As TIC no Comercio Internacional/V06M101V02105

Outros comentarios

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.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Comunicación Profesional Internacional				
Materia	Comunicación Profesional Internacional			
Código	V06M101V03206			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lingua de impartición	Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli Trusca , Marioara Mirela			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
Descrición xeral	Esta é unha materia de inglés para fins específicos no eido do comercio internacional. Hai un especial énfase nos aspectos comunicativos orais e as microdestrezas profesionais.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
B3	Dominio de linguas estranxeiras aplicadas ao comercio.
C13	Dominio da terminoloxía específica (Incoterms).
C18	Coñecemento dos rexistros específicos do inglés para negocios.
C19	Dominio da redacción comercial en inglés, utilización correcta dos termos técnicos.
C20	Dominio oral da linguaxe comercial en inglés.
C21	Coñecemento do inglés en contextos específicos: feiras, mercados, reunións, negociacións.
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.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Falar ben en público, dominando a linguaxe oral e as estratexias comunicativas e de protocolo e suliñando o uso inclusivo, non sexista da lingua.	A3 B3 C20 C21 D1
Coñecemento e dominio do idioma internacional dos negocios, dos diferentes rexistros e a súa aplicación en contextos específicos coa incorporación da perspectiva de xénero.	A3 B3 C18 C19 C21 D1
Coñecemento das técnicas de venda, estratexias, produtos, marcas e comunicación nos mercados internacionais así como a aplicación práctica nas funcións comunicativas en lingua inglesa	A3 B3 C13 C20 C21 D1
Dominio da terminoloxía específica e a correcta aplicación e uso na redacción de textos escritos en inglés.	A3 B3 C13 C18 C19 D1

Contidos	
Tema	
1. Job search	1.1. CV 1.2. Cover and application letters 1.3. Job advertisements 1.4. Job interviews 1.5. Gender and diversity
2. Meetings	2.1. Participating in meetings 2.2. Formal meetings 2.3. Informal meetings 2.4. Networking 2.5. Non-sexist, inclusive language
3. Negotiations	3.1. Preparing to negotiate 3.2. Bargaining 3.3. Dealing with conflict 3.4. International negotiations
4. Professional presentations	4.1. Prepare 4.2. Practice 4.3. Perform

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	2	0	2
Lección maxistral	10	18	28
Prácticas con apoio das TIC	24	48.5	72.5
Traballo	0	2	2
Exame oral	0	1	1
Exame de preguntas obxectivas	0	1	1
Exame de preguntas obxectivas	0	1	1
Exame de preguntas obxectivas	0	1	1
Presentación	0	4	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Actividades introdutorias	Presentación da materia, do sistema de traballo, os materiais, a bibliografía e a avaliación.
Lección maxistral	Presentación de contidos teórico-prácticos, discusión e instruccións sobre traballos e tarefas a levar a cabo.
Prácticas con apoio das TIC	Posta en práctica das destrezas comunicativas en inglés en grupos pequenos, a través de actividades individuais, por parellas ou en grupo.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas con apoio das TIC	Posta en práctica das destrezas comunicativas en inglés en grupos pequenos, a través de actividades individuais, por parellas ou en grupo

Avaliación						
	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Traballo	Procura de emprego: documento escrito (revisión por pares)	15	A3	B3	C18 C19 C21	D1
Exame oral	Reunións: expresión oral	15	A3	B3	C18 C20 C21	D1
Exame de preguntas obxectivas	Reunións: vocabulario	15	A3	B3	C19 C21	D1
Exame de preguntas obxectivas	Negociacións: comprensión oral	15	A3	B3	C13 C18 C21	D1
Exame de preguntas obxectivas	Negociacións: vocabulario	15	A3	B3	C18 C19 C21	D1

Presentación	Presentación final	25	A3	B3	C20 C21	D1
--------------	--------------------	----	----	----	------------	----

Outros comentarios sobre a Avaliación

ESTUDANTADO DA MODALIDADE VIRTUAL: A avaliación será continua. A condición para seren avaliado será a entrega puntual das actividades que se publicarán na plataforma ao comenzo do curso. Non se admitirán actividades entregadas con posterioridade á data límite (cun periodo de gracia de 24 horas no que as actividades se avaliarán como SUSPENSO/APROBADO). Se o alumnado non supera a materia por avaliación continua, deberá facer unha proba en xullo que suporá o 100% da calificación final

N.B.: En caso de calquera tipo de plaxio a cualificación final será de suspenso.

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Poderá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto, foro de Moovi, ...) con cita previa (na medida do posible, se responderá nun prazo máximo de 3 días hábiles).

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Inglés Comercial/V06M101V03106

Outros comentarios

O punto de partida recomendado para o correcto seguimento do curso é un nivel B2 do Marco Europeo de Referencia para as Linguas. Quen non acade o mínimo o comenzo do curso, debe falar coa profesora para poder superar a materia sen problemas.

A bibliografía completa se incorporará en cada un dos temas.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Practicum				
Materia	Practicum			
Código	V06M101V03207			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Economía financeira e contabilidade Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a				
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e				
Web	http://fatic.uvigo.es/index.php/es/			
Descrición xeral	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

Código	
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

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Mellorar as presentacións en público e o traballo en equipo	B1 B5 B6 C25 D1 D2 D3

Contidos

Tema	
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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Practicum, Practicas externas e clínicas	0	140	140
Informe de prácticas, practicum e prácticas externas	0	10	10

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	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	
Metodoloxías	Descrición
Prácticum, Practicas externas e clínicas	Localización de empresa para a realización das prácticas e axuda durante o proceso.
Probas	Descrición
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	Atención a dúbidas derivadas da realización das memorias.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas	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 é Anexo IV: informe do titor/a da empresa ou entidade e ponderará un 40% da nota final.	0	B1 B5 B6	C25	D1 D2 D3

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

Recomendacións

Outros comentarios

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.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Traballo de Fin de Máster				
Materia	Traballo de Fin de Máster			
Código	V06M101V03208			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Economía financeira e contabilidade Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
Descrición xeral	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

Código	
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.
B2	Capacidade para comunicarse de forma oral e escrita na propia lingua sobre conceptos técnicos.
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

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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 B2 C23 C24 D1 D2 D3
Propiciar a toma de decisións activa nun contexto empresarial. Estimular o emprendimento de proxectos de internacionalización.	A1 B2 C23 C24 D1 D2 D3

Favorecer a implicación na posta en marcha de proxectos de internacionalización ou desenvolvendo algún A1 xa existente.

B2
C23
C24
D1
D2
D3

Contidos

Tema

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.
- Produción, 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, filiais, 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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	2	20	22
Aprendizaxe baseado en proxectos	1	96	97
Traballo	1	30	31

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
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 INTRODUCCIÓN:

proxectos

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

Metodoloxías	Descrición
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

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Traballo tutelado	INFORME ELABORADO POLO TITOR.	30	A1	B2	C23 C24	D1 D2 D3
	O informe do titor, coñecedor do traballo, se terá en conta na cualificación do alumno.					
Aprendizaxe baseado en proxectos	DESENVOLVEMENTO E ELABORACIÓN DO PROXECTO.	40	A1	B2	C23 C24	D1 D2 D3
	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%.					
Traballo	PRESENTACIÓN FINAL DO PROXECTO: 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%	30	A1	B2	C23 C24	D1 D2 D3

Outros comentarios sobre a Avaliación

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 traballoo/s plagiado/s ou copiado/s suporá unha cualificación directa de suspenso que pode ser das dúas convocatorias.

Bibliografía. Fontes de información**Bibliografía Básica****Bibliografía Complementaria**

Recomendacións

Outros comentarios

Recoméndase superar as materias do primeiro cuatrimestre.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Prácticas Externas				
Materia	Prácticas Externas			
Código	V06M101V03209			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
Descrición xeral	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	
Código	
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	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Mellorar as presentacións en público e o traballo en equipo	B1 B5 B6 C25 D1 D2 D3

Contidos	
Tema	
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			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticum, Practicas externas e clínicas(Repetida non usar)	0	140	140
Informe de prácticas, prácticum e prácticas externas(Repetida non usar)	0	10	10

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
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

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

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

Recomendacións

Outros comentarios

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.
