



E.U. de Estudios Empresariales

(*)GUÍA EN CONSTRUCCIÓN. INFORMAC. PROVISORIA

(*)

GUÍA DOCENTE EN CONSTRUCCIÓN. DESCULPE AS MOLESTIAS

NOS PRÓXIMOS DÍAS INCLUIRASE TODA A INFORMACIÓN SOBRE OS TÍTULOS E AS SÚAS MATERIAS.

TODA A INFORMACIÓN EXISTENTE SÓ PÓDESE CONSIDERAR PROVISORIA E POLO TANTO SUXEITA A CAMBIOS

(*)EQUIPO DIRECCIÓN

(*)

EQUIPO DE DIRECCIÓN DA E.U.E.E DE VIGO

DIRECTOR: D. Patricio Sánchez Bello

SUBDIRECTOR DE DOCENCIA: D. Ricardo Luaces Pazos.

SUBDIRECTOR DE CALIDADE E ESPAZO EUROPEO: D. Javier Lorenzo Paniagua

SUBDIRECTORA DE RELACIÓNS EXTERIORES: D^a Consuelo Currás Valle

SECRETARIA: D^a Mar Riveiro

(*)UBICACIÓN

(*)

ENDEREZO: RÚA TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

PARA VER A SITUACIÓN NO MAPA PREMA NO SEGUINTE ENLACE OU BEN USE STREETVIEW. PARA ACCESO POR BUS: VITRASA FOTOS DO EDIFICIO CENTRAL DA E.U.E.E E DA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO Á E.U.ENX.TEC.IND.)



(*)COMO CHEGAR Á ESCOLA DE EMPRESARIAIS

(*)

(*)CALENDARIO ESCOLAR 2011-2012

(*)

CALENDARIO ESCOLAR 2011-2012



(*)INSTALACIÓNS E SERVIZOS

(*)

(*)BOLSAS E AXUDAS Ó ESTUDIANTE**(*)** **(*)ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECIAIS****(*)** **(*)CULTURA, EMPREGO E ORIENTACIÓN Ó ALUMNO****(*)** **(*)SEGURO ESCOLAR****(*)** **(*)INTERCAMBIOS CON UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS E ESTRANX****(*)** 

Máster Universitario en Comercio Internacional

Asignaturas**Curso 1**

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

DATOS IDENTIFICATIVOS**Economía Internacional**

Asignatura	Economía Internacional			
Código	V06M101V01101			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Fundamentos del análisis económico e historia e instituciones económicas Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lopez Vidal, Maria Pilar			
Profesorado	Gonzalez Lopez, Maria Isabel Lopez Vidal, Maria Pilar Riveiro Perez, María del Mar			
Correo-e	mplopez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	En esta materia se pretende introducir al alumno en los distintos aspectos del comercio mundial e internacional, los instrumentos de la política comercial y la Organización Mundial del Comercio, así como la balanza de pagos, cooperación e integración para tratar finalmente los aspectos relacionados con la empresa en cuanto a la globalización económica y el entorno.			

Competencias de titulación

Código	
A1	(*)Hablar bien en público
A2	(*)Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional
B1	(*)Dominio de los conceptos económicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público	Saber estar /ser	A1
Conocimiento de él ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional	saber	A2
Dominio de los conceptos económicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido	saber saber hacer	B1

Contenidos

Tema	
1. Introducción. Comercio Mundial	(*)
2. Comercio internacional en una economía abierta.	
3. Teorías explicativas del comercio Ijinternacional	
4. Instrumentos de Política Comercial y Organizacion Mundial del omercio	
5. La balanza de pagos y la situación del comercio exterior español	
6. Cooperación e integración	
7. Globalización Económica	
8. El entorno en la Internacionalización de la empresa	

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	12	0	12
Estudio de casos/análisis de situaciones	6	10	16
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	4	6
Presentaciones/exposiciones	4	10	14

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Propuesta, orientación, supervisión por parte del profesor de los ejercicios a realizar por los alumnos.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de diferentes situaciones propuestas por el profesor para realizar de forma individual o en grupo.	20
Resolución de problemas y/o ejercicios	Análisis y solución de los ejercicios propuestos por el profesor durante el curso.	10
Presentaciones/exposiciones	Elaboración, entrega, exposición y defensa de los trabajos realizados bajo la propuesta y supervisión del profesor.	50
Pruebas de respuesta corta	Examen de los contenidos teóricos y prácticos de la materia	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

Para la segunda convocatoria se aplicarán los criterios anteriores.

Fuentes de información

Feenstra, R. y Taylor, M. , *Comercio internacional*, Ed. Reverté, 2011

González López. M.I., Martínez, A.I. et. al. *Gestión del comercio exterior*, Esic, 2011

Recomendaciones

Otros comentarios

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

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

Asignatura	Dirección Internacional de la Empresa y los Mercados en el Mundo			
Código	V06M101V01102			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo Curras Valle, Maria Consuelo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Curras Valle, Maria Consuelo Gonzalez-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es ccurras@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descripción general				

Competencias de titulación

Código			
A3	(*)Conocimiento de las técnicas de márketing utilizadas en el comercio internacional		
A11	(*)Realización de un proyecto completo de internacionalización de empresas, planificación de operaciones de comercio internacional, o marketing internacional		
A12	(*)Aplicación de los conocimientos y técnicas del comercio internacional en la actividad real		
B3	(*)Conocimiento de las técnicas de dirección y gestión comercial en un contexto global, de los diferentes mercados, y de las relaciones y estrategias económicas de carácter internacional.		
B4	(*)Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales		
B25	(*)Planificación y realización de un proyecto de marketing internacional.		
B26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional		

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)Obtener las bases para poder planificar y desarrollar una estrategia comercial con *coherencia en la *internacionalización de la empresa.	saber saber hacer	A3 A11 B3 B25 B26
(*)Adquirir la capacidad de afrontar una investigación de mercados internacional, basada en una metodología *previamente definida y utilizando unas fuentes de información reconocidas y de contrastado prestigio. Incluyendo la capacidad de tratar la información obtenida así como su presentación.	saber saber hacer	A3 A11 B4 B26
(*)Conocer los principales mercados, así como identificar los mercados potenciales, sus características, sus recursos, sus capacidades, así como a las oportunidades de negocio que tienen asociadas	saber	A3 A12 B3

Contenidos

Tema	
Introducción: Oportunidades y Potencialidades del Comercio Internacional	(*)(*)
La función directiva y la planificación estratégica	(*)(*)

Habilidades directivas en los mercados internacionales	(*)(*)
La internacionalización de la empresa	(*)(*)
El entorno internacional de los negocios	(*)(*)
El plan de internacionalización y el plan de marketing	(*)(*)
Investigación de Mercados Internacionales	(*)(*)
Mercados en el mundo	UE; EEUU; China; Brasil

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	21	21	42
Seminarios	18	18	36
Talleres	3	6	9
Pruebas de respuesta corta	1	9.5	10.5
Pruebas de tipo test	1	9	10
Trabajos y proyectos	0	5	5

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Talleres	Los docentes atenderán las dudas surgidas de la realización de los trabajos o proyectos encomendados en el marco de la materia.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Los docentes atenderán las dudas surgidas de la realización de los trabajos o proyectos encomendados en el marco de la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	5
Seminarios	Asistencia, actitud, participación en los seminarios.	5
Talleres	Resultado de la actividad desarrollada en el taller.	5
Pruebas de respuesta corta	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	40
Pruebas de tipo test	Prueba de pregunta tipo test para comprobar el seguimiento.	35
Trabajos y proyectos	Realización de un trabajo ligado a la internacionalización de la empresa.	10

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Aquellos alumnos que no cumplan una asistencia mínima del 80% tendrán que acudir al examen final, a una prueba específica de evaluación.

Fuentes de información

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Márketing Internacional/V06M101V01202

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad y Finanzas Internacionales**

Asignatura	Contabilidad y Finanzas Internacionales			
Código	V06M101V01103			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lorenzo Paniagua, Javier			
Profesorado	Iglesias Sanchez, Jose Luis Lorenzo Paniagua, Javier Saez Ocejo, José Luis			
Correo-e				
Web				
Descripción general	La asignatura "financiación internacional" tiene por objeto que el alumno aprenda el registro contable de las operaciones relacionadas con la actividad internacional, las características de los medios de cobro y pago que hacen posibles las transacciones internacionales, así como los recursos disponibles que reducen los riesgos inherentes a los negocios internacionales: riesgos por diferencias de cambio, de insolvencia del cliente o del país, riesgos derivados de la información asimétrica, etc., así como los programas públicos de apoyo a la actividad internacional de la organización.			

Competencias de titulación

Código	
A2	(*)Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional
A3	(*)Conocimiento de las técnicas de márketing utilizadas en el comercio internacional
A4	(*)Conocimiento de las finanzas en el ámbito internacional
A5	(*)Conocimiento de la fiscalidad en el ámbito internacional
A6	(*)Conocimiento pormenorizado de las operaciones del comercio internacional, de su fundamento, sus aspectos formales, y sus efectos
A12	(*)Aplicación de los conocimientos y técnicas del comercio internacional en la actividad real
B4	(*)Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales
B5	(*)Conocimiento de los medios internacionales de financiación y de pago, y de los procedimientos para cobertura de riesgos
B6	(*)Resolución de problemas de financiación en un entorno de información incompleta o limitada.
B9	(*)Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación
B26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer y ser capaz de analizar la información que aportan los informes comerciales de saber solvencia a fin de orientar la decisión de realizar el negocio internacional.	saber hacer	A2 A4 A12 B5 B6 B9 B26
Ser capaz de negociar el medio de pago que otorgue la mayor seguridad jurídica a la transacción, que haga viable el negocio internacional y que posibilite la financiación de la operación.	saber hacer	A4 A12 B5 B6 B9 B26

Ser capaz de negociar y formalizar líneas de financiación de exportaciones e importaciones a través de los diferentes productos financieros ofrecidos por las entidades financieras	saber saber hacer	A4 A12 B5 B6 B9 B26
Ser capaz de cubrir las diferencias de cambio que se puedan producir en las operaciones internacionales, tanto de crédito comercial como de préstamos y créditos en divisas.	saber saber hacer	A4 A12 B5 B6 B9 B26
Conocer las condiciones y prestaciones de los programas públicos de fomento a la internacionalización, así como ser capaz de visibilizar su aprovechamiento por parte de la empresa y de instrumentar los diferentes programas.	saber saber hacer	A2 A3 A12 B4 B5 B6 B9 B26
Conocer la normas contables internacionales y saber contabilizar las operaciones de comercio, inversión y financiación internacional, las diferencias de cambio y los precios de transferencia.	saber saber hacer	A2 A4 A5 A6 A12 B5 B6 B9 B26

Contenidos

Tema	
TEMA UNO: MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN LAS TRANSACCIONES INTERNACIONALES	1.1.- Billetes de los bancos centrales 1.2.- Cheques 1.3.- Transferencias 1.4.- Ordenes de pago 1.5.- Instrumentos de giro: letra, recibo, pagaré 1.6.- Crédito documentario
TEMA DOS: FINANCIACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR Y FINANCIACIÓN EN DIVISAS	2.1.- Financiación de importaciones: financiación en euros y en divisas 2.2.- Prefinanciación y financiación de exportaciones: en euros y en divisas 2.3.- Factoring internacional 2.4.- Forfaiting 2.5.- Préstamos y créditos en divisas 2.6.- Sistemas de cobertura del riesgo de cambio
TEMA TRES: PROGRAMAS PÚBLICOS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	3.1.- Programas de las Cámaras de Comercio 3.2.- Programas del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) 3.3.- Programas de la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES). 3.4.- Programas del Instituto de Crédito Oficial: préstamos FAD y CARI y microcréditos 3.5.- Programas de la P4R-Apertura Española 3.6.- Programas del Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
TEMA CUATRO: CONTABILIDAD INTERNACIONAL	4.1.- Diferencias en los sistemas contables a nivel internacional. 4.2.- La armonización contable en la UE 4.3.- Contabilidad de las operaciones internacionales. 4.4.- La auditoría internacional.

Planificación

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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	El alumno podrá recurrir a la atención personalizada de los profesores de la asignatura en el horario de tutoría publicado por el centro.

Evaluación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

1.- ENSEÑANZA PRESENCIAL

1.1.- EVALUACIÓN CONTINUA

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

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

1. 2.- EXAMEN FINAL

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

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

2.- ENSEÑANZA A DISTANCIA

2. 1.- EVALUACIÓN CONTINUA

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

2. 2.- EXAMEN FINAL

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

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

Fuentes de información

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

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

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

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

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Xestión de Operacións Internacionais**

Asignatura	Xestión de Operacións Internacionais			
Código	V06M101V01104			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descritores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Gonzalez-Portela Garrido, Alicia Trinidad Gonzalez Lopez, Maria Isabel			
Profesorado	Diaz-Becerra Martinez, Ana Maria Gonzalez Lopez, Maria Isabel Gonzalez-Portela Garrido, Alicia Trinidad Guisado Tato, Manuel			
Correo-e	tgonzalez-portela@uvigo.es isabelg@uvigo.es			
Web				
Descripción general	En esta materia se pretende dar a conocer al alumno los fundamentos de las operaciones internacionales. En concreto, se trata de proporcionar los conocimientos básicos sobre la gestión de la exportación e importación, las técnicas y procedimientos que permitan resolver los problemas que se pueden plantear en el ámbito de las operaciones internacionales.			

Competencias de titulación

Código			
A6	Conocimiento pormenorizado de las operaciones del comercio internacional, de su fundamento, sus aspectos formales, y sus efectos		
B2	Dominio de los conceptos jurídicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.		
B7	Dominio de los diferentes tributos relacionados con el comercio internacional.		
B8	Resolución de problemas prácticos de tributación en las operaciones de comercio internacional.		
B9	Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación		
B10	Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional		
B13	Dominio de la terminología específica (incoterms)		

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento pormenorizado de las operaciones del comercio internacional, de su fundamento, sus aspectos formales, y sus efectos	saber	A6
Dominio de los conceptos jurídicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.	saber	B2
Dominio de los diferentes tributos relacionados con el comercio internacional.	saber	B7
Resolución de problemas prácticos de tributación en las operaciones de comercio internacional.	saber hacer	B8
Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación	saber	B9
Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional	saber	B10
Dominio de la terminología específica (incoterms)	saber	B13

Contidos

Tema	
------	--

TEMA 1 Introducción a las operaciones empresariales internacionales.	1.1 Clasificación de las operaciones más usuales. 1.2 Operaciones sin gestión extranjera. 1.3 Operaciones con gestión extranjera. 1.4 Las alianzas estratégicas internacionales.
TEMA 2 Importación, exportación y operaciones intracomunitarias.	2.1 Importación, introducción y adquisiciones intracomunitarias. 2.2 Exportación, expedición y entregas intracomunitarias. 2.3 El contrato de compraventa internacional de mercancías. 2.4 La política comercial: convencional y autónoma.
TEMA 3 Gestión aduanera.	3.1 Marco normativo: análisis y manejo del TARIC. 3.2 Despacho Aduanero. 3.3 Operaciones intracomunitarias: INTRASTAT. 3.4 Regímenes Económicos Aduaneros.
TEMA 4 Operaciones basadas en la cooperación y alianzas internacionales.	4.1 Licencia y franquicia. 4.2 Joint ventures.
TEMA 5. Servicios internacionales.	5.1 Actividades aseguradoras (CESCE). 5.2 Servicios del ICEX: consorcios de exportación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	3	6	9
Prácticas en aulas de informática	8	6	14
Resolución de problemas e/ou ejercicios	8	10	18
Trabajos tutelados	1	24.5	25.5
Sesión maxistral	20	20	40
Probas de respuesta curta	3	0	3
Resolución de problemas e/ou ejercicios	3	0	3

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

Metodología docente

	Descripción
Seminarios	Son horas presenciales, fuera del horario normal de clase, en las que se impartirá materia muy práctica. Por ejemplo: valor en aduana.
Prácticas en aulas de informática	Se trata de buscar en las páginas web adecuadas la información necesaria para la cumplimentación de documentos de importación, exportación, certificados...
Resolución de problemas e/ou ejercicios	Ejemplos prácticos y resolución de problemas que ayuden a comprender y aplicar la materia impartida en las clases magistrales.
Trabajos tutelados	El trabajo principal consistirá en elaborar un informe para la puesta en marcha de una empresa mixta española en un país latinoamericano.
Sesión maxistral	Son horas presenciales que solamente implican para los alumnos la participación planteando preguntas y debates. Se trata de ofrecer de forma resumida la teoría necesaria para llevar a cabo las metodologías indicadas anteriormente.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión maxistral	En horario de tutorías de los profesores que impartirán la docencia en esta materia. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.
Seminarios	En horario de tutorías de los profesores que impartirán la docencia en esta materia. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.
Prácticas en aulas de informática	En horario de tutorías de los profesores que impartirán la docencia en esta materia. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.
Resolución de problemas e/ou ejercicios	En horario de tutorías de los profesores que impartirán la docencia en esta materia. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.
Trabajos tutelados	En horario de tutorías de los profesores que impartirán la docencia en esta materia. No obstante, la atención personalizada también se puede realizar en una fecha y hora acordada por el profesor y el alumno.

Avaliación

	Descripción	Calificación
Seminarios	Asistencia y participación en los seminarios	2
Prácticas en aulas de informática	Asistencia y participación en las clases	10
Resolución de problemas e/ou ejercicios	Realizados en las horas de trabajo personal de los alumnos	5
Trabajos tutelados	Elaborar un informe para la puesta en marcha de una empresa mixta española en un país latinoamericano y otras tareas complementarias	15
Sesión maxistral	Asistencia y participación en las clases	18
Probas de resosta curta	En dos exámenes parciales y/o el examen oficial de la materia	25
Resolución de problemas e/ou ejercicios	En dos exámenes parciales y/o el examen oficial de la materia	25

Otros comentarios sobre la Evaluación

Es requisito indispensable para la evaluación continua asistir como mínimo al 60% de las horas de aula.

Para aprobar la asignatura es necesario superal el 50% del examen o exámenes y de la evaluación continua.

Bibliografía. Fontes de información

GONZÁLEZ LÓPEZ, M.I., MARTÍNEZ, A.I. et al, **Gestión del comercio exterior**, 2011,

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

RAMBLA JOVANI, A. et al, **Facebook comercio exterior**, 2002,

SÁNCHEZ MUÑOZ, M.P. y LAGUNA, N., **El comercio exterior de España. Teoría y práctica**, 2007,

Páginas web recomendadas:

www.aeat.es

www.comercio.es

www.europa.eu

www.icex.es

www.unctad.org

www.wto.org

Recomendacións

Otros comentarios

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

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

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

Competencias de titulación

Código	
A8	(*)Conocimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones aplicadas al comercio internacional
A9	(*)Conocimiento aplicado de las herramientas informáticas necesarias en el comercio internacional
B14	(*)Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet.
B16	(*)Conocimiento de las distintas aplicaciones informáticas, diseño y construcción de páginas web, y de las técnicas adecuadas para el comercio electrónico
B17	(*)Obtención de información en Internet
B18	(*)Análisis crítico de hardware y software, elección de arquitecturas, sistemas, equipos y programas

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Los objetivos de esta materia son de adquirir un conocimiento aplicado de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones que resultan de utilidad en la actividad profesional en el entorno del comercio exterior.	saber saber hacer	A8 A9 B14 B16 B17 B18

Contenidos

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	30	45

Estudio de casos/análisis de situaciones	15	30	45
Sesión magistral	7.5	15	22.5

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

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

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

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se evaluará la corrección, calidad, claridad y contenidos aplicados en la resolución de problemas y trabajos que realicen los alumnos, de manera individual o grupal.	50
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se evaluarán los trabajos elaborados por los alumnos, de manera individual o grupal, en las actividades de estudio, análisis y debate de casos, situaciones y problemas.	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación anterior es válida para alumnos asistentes a las clases presenciales o virtuales, con las adaptaciones que se consideren necesarias en cada caso. Para superar la materia es IMPRESCINDIBLE sacar una puntuación igual o superior a 5 sobre 10 en todas y cada una de las partes que formarán parte de la evaluación (de manera general cada módulo de la materia constará de uno o más ítems evaluables). Dado que se aplicará evaluación continua, el respeto de los plazos de realización y entrega de los ítems evaluables será fundamental. El no respeto de estos plazos puede conllevar por ello la no superación de la materia.

Fuentes de información

Fingar, Peter, **Dot-cloud : the 21st century business platform built on cloud computing**,

Salazar Ruiz, Borja, **Comercio electrónico : empresario tecnológico : aspectos estratégicos, empresariales y tecnológicos de los negocios electrónicos**,

Manzo, Joseph M., **Excel 2007 : gestión y empresa**,

En la materia se usarán principalmente los materiales propios de la asignatura, así como numerosas fuentes disponibles en internet. Estas fuentes, los diferentes materiales y recursos de la materia, y otros contenidos se encontrarán en el espacio virtual de la asignatura.

Recomendaciones

Otros comentarios

Orientaciones para el estudio:

- La asistencia a las clases presenciales es importante para los alumnos que opten por esta opción, dado el enfoque metodológico y la realización de actividades grupales.
- La planificación adecuada para el respeto de los plazos de entrega y calendarios de actividades es fundamental para los

alumnos virtuales.

Pautas para la mejora y recuperación:

- Aquellos alumnos que tengan dificultades en seguir el ritmo del aprendizaje de la materia deberán acudir a las tutorías con el docente y ampliar el tiempo dedicado al aprendizaje autónomo.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Inglés Comercial**

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

Competencias de titulación

Código	
A1	(*)Hablar bien en público
A10	(*)Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios
B4	(*)Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales
B13	(*)Dominio de la terminología específica (incoterms)
B19	(*)Conocimiento de los registros específicos del inglés para los negocios
B20	(*)Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
B21	(*)Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
B22	(*)Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
B23	(*)Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
B26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público	saber hacer Saber estar /ser	A1
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios	saber saber hacer	A10
Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales	saber	B4
Dominio de la terminología específica (incoterms)	saber	B13
Conocimiento de los registros específicos del inglés para los negocios	saber	B19
Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.	saber saber hacer	B20
Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.	saber saber hacer	B21
Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones	saber	B22
Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.	saber saber hacer Saber estar /ser	B23
Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: inglés comercial y otros relacionados con el comercio internacional	saber hacer	B26

Contenidos

Tema

Técnicas de búsqueda y adquisición de vocabulario	Uso de diccionarios y otros materiales de referencia: tipos, información, búsquedas en la red Sistematización del aprendizaje terminológico: sufijos y prefijos, familias léxicas y derivación, combinaciones frecuentes, verbos frasales, ... Lenguaje específico del comercio internacional: incoterms
Cultura y comunicación	Concepto de cultura Comunicación intercultural en el comercio internacional Comunicación verbal y no verbal
Comunicación escrita	Registro Tipologías de texto Correos electrónicos, faxes y cartas comerciales Documentos de comercio internacional
Conversaciones telefónicas	Pronunciación y fluidez Contacto Mensajes Precios, descuentos y métodos de pago

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	8	7.5	15.5
Seminarios	6	0	6
Prácticas de laboratorio	30	50	80
Actividades introductorias	1	0	1
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	0	10	10

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Presentación de contenidos por parte de la profesora
Seminarios	Sesiones sobre un tema concreto impartidas por especialistas
Prácticas de laboratorio	Trabajo en el aula para mejorar la capacidad comunicativa del alumno. Especial énfasis en las destrezas orales.
Actividades introductorias	Explicación general de la estructura del curso. Se podrá realizar un test de nivel de lengua inglesa

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	El alumnado recibirá atención personalizada en las horas de tutoría que el centro publica a principio de curso
Sesión magistral	El alumnado recibirá atención personalizada en las horas de tutoría que el centro publica a principio de curso

Evaluación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

El sistema es de **evaluación continua**. Para ello, los alumnos deben asistir y participar activamente en clase. Cualquier trabajo o actividad no entregado en el aula o en la fecha correspondiente será evaluado con un 0.

En la modalidad del Máster NO PRESENCIAL los alumnos deberán a su vez realizar tareas y actividades que se detallarán asociadas a cada uno de los temas del temario y entregarlas en el plazo correspondiente. En este caso, también se aplicará la **evaluación continua**.

Aquellos alumnos que no superen la evaluación continua tendrán derecho a una prueba final que cubra todo el temario con una validez del 100% de la nota final.

Fuentes de información

- Aspinall, T. & G. Bethell (2003). *Test Your Business Vocabulary in Use. Intermediate*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bannock, Graham, R.Y. Baxter & Ray Rees (1972). *A Dictionary of Economics*. Middlesex, England: Penguin.
- Bennet, R. *International Marketing*. London: Kogan Page, 1998.
- Brieger, N. (1997). *Teaching Business English Handbook. Advanced Learner's Dictionary* Cambridge: Cambridge
- BEC Preliminary Cambridge: Cambridge
- Collett, P. (2005). *Él libro de los indicios delatores*. Barcelona: Robin Books.
- Comfort, J. (1996). *Effective Telephoning*. University Press. (video)
- Danks, S. & L. Cross (1989). *Assignments in Business Studies*. F. Lana comunicación en el verbal. Madrid: Alianza Editorial, 2005.
- : Oxford Madrid García de la Vigo: Empresa y Sociedad, (2000). *Business Communication*. Cincinnati: South-Western Oxford: Oxford Oxford: Oxford Oxford Knapp, M. (1995). *Lana comunicación en el verbal. Él cuerpo y él entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Mackenzie, Cambridge: Cambridge University Press.
- Merahbian, La. (1971). *Silent messages*. University Press.
- Oxford (1996). *University Press*.
- Pile, L. & S. Lowe (2005). *Intelligent Business Intermediate. Teacher's Book*. Harlow: Pearson.
- Poyatos, F. (1994). *Lana comunicación en el verbal. Vols. I, II, III*. Madrid: Istmo.
- Ram, La. (1996). *Better Business Writing. An interactive course*. Intercultural Communication, La. J. & L. R. Wood (1988). *Longman Commercial Communication*. (1997). *American Edition*. University Press.
- Trappe, T. & G. Tullis (2005). *Intelligent Business Intermediate. Coursebook*. Harlow: Pearson.
- Trompenaars, F. and C. Hampden-Turner (1998). *Riding the Waves of Culture*. New York: McGraw-Hill.
- Utley, D. (2004). *Intercultural Resource Pack*. Cambridge: CUP.
- Waistell (1993). *Executive Listening*. London: Nelson.
- Wallwork, La. (1995). *Business Options*. M. (1987). *Writing for Business*. Walton-on-Thames: Nelson.

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación Profesional Internacional/V06M101V01206

Otros comentarios

Se recomienda un nivel de conocimiento de inglés B1 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Derecho Internacional y Contratación**

Asignatura	Derecho Internacional y Contratación			
Código	V06M101V01201			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Derecho privado Derecho público especial Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lopez Vidal, Maria Pilar			
Profesorado	Izquierdo Alonso, Jacobo Lopez Vidal, Maria Pilar Portas Moran, Rosina Maria Mercedes			
Correo-e	mplopez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Derecho de la contratación internacional es una materia en la que se examinan, desde una perspectiva jurídica, las distintas figuras de los más importantes contratos internacionales, tanto en el ámbito mercantil como laboral, de forma que el alumno pueda percibir que el mercado internacional es un espacio regulado por normas jurídicas en el que los sujetos actuantes tienen derechos y obligaciones, en su caso, exigibles ante los tribunales.			

Competencias de titulación

Código	
A2	(*)Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional
B2	(*)Dominio de los conceptos jurídicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.
B13	(*)Dominio de la terminología específica (incoterms)

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)*Conocimiento del ámbito en que se desarrolla el comercio internacional	saber	A2
Dominio de los conceptos jurídicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido	saber saber hacer	B2
(*)Dominio de la terminología específica (*incoterms)	saber saber hacer	B13

Contenidos

Tema
Tema 1. Marco institucional y fuentes del derecho(*) de la contratación internacional.
Tema 2. La compraventa internacional.
Tema 3. Contratos de distribución y cooperación.
Tema 4. Contratos de transporte.
Tema 5. Contratos de financiación.
Tema 6. Contrato de trabajo con elemento extranjero: introducción.
Tema 7. Determinación del foro competente al contrato de trabajo.
Tema 8. Determinación de la ley nacional aplicable al contrato de trabajo.
Tema 9. El desplazamiento de trabajadores: normativa comunitaria.
Tema 10. Normas internacionales de coordinación de la Seguridad Social.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	16	0	16
Estudio de casos/análisis de situaciones	4	4	8
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	4	4	8
Pruebas de respuesta corta	1	42	43

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

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio con ayuda de diverso material impreso, proyectado o esquemas que se elaboren en el curso de la explicación.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de casos relacionados con los contenidos teóricos expuestos en las sesiones magistrales bajo la guía y supervisión del profesor que sirvan para la interpretación de dichos contenidos aplicando y completando los conocimientos adquiridos.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Resolución de ejercicios y respuestas a cuestionarios por parte del alumno bajo la supervisión del profesor.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Durante el tiempo dedicado al estudio de casos el alumno podrá resolver las dudas que se le planteen en el estudio de la materia a través de su planteamiento al profesor.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorarán las buenas intervenciones y aportaciones que realice el alumno en el estudio del caso.	20
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Se valorará el correcto planteamiento en términos jurídicos del caso y la búsqueda y adecuada aplicación de los preceptos legales que correspondan.	20
Pruebas de respuesta corta	Las preguntas de respuesta corta versarán sobre los contenidos teórico-prácticos de la materia.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

Para la segunda convocatoria se aplicarán los criterios anteriores.

Fuentes de información

- Espulgues Mota, Carlos: Derecho del Comercio Internacional, Valencia, Tirant lo Blanch, última edición.

la Rora, G.: La movilidad transnacional de trabajadores: reglas prácticas. Granada, Comares, última edición.

la Rosa, F. et alt.: Legislación de los negocios internacionales, Madrid, Tecno, última edición.

- Memento práctico de contratos mercantiles 2011-12 (redacción de Ediciones Francis Lefebvre). Madrid, Francis Lefebvre, 2011.

La Ley 45/1999, de 29 de noviembre, relativa al desplazamiento (temporal y no permanente) de trabajadores en el marco de una prestación de servicios transnacional, RMATAS, núm. 27,2000.

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Márketing Internacional				
Asignatura	Márketing Internacional			
Código	V06M101V01202			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo Curras Valle, Maria Consuelo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Curras Valle, Maria Consuelo Gonzalez Vazquez, Encarnacion Martínez Senra, Ana Isabel			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es ccurras@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
Descripción general				

Competencias de titulación

Código	
A3	(*)Conocimiento de las técnicas de márketing utilizadas en el comercio internacional
A11	(*)Realización de un proyecto completo de internacionalización de empresas, planificación de operaciones de comercio internacional, o marketing internacional
B3	(*)Conocimiento de las técnicas de dirección y gestión comercial en un contexto global, de los diferentes mercados, y de las relaciones y estrategias económicas de carácter internacional.
B4	(*)Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales
B26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar los aspectos diferenciales de mercados exteriores respecto al mercado doméstico, y aplicarlo a la toma de decisiones.	saber saber hacer	A11 B3
Adquirir competencias para tomar decisiones a nivel estratégico y de política comercial en los mercados internacionales	saber hacer	A3 B4 B26

Contenidos

Tema	
Introducción	Marketing global e internacional
Estrategias de internacionalización	Proceso de decisión de internacionalización. Valoración del entorno de marketing internacional. Formas de entrada en mercados exteriores. Dimensiones del programa de marketing internacional.
Segmentación y posicionamiento	Segmentación de mercados internacionales. Estrategia de posicionamiento. Tipos de posicionamiento.
Protocolo en los negocios internacionales	Relaciones, usos sociales e imagen. Protocolo en los negocios: práctica
Estrategias de marketing en el mercado internacional	Política internacional de producto. La marca internacional: desarrollo de marcas, identidad y valor de marca. Promoción comercial en la internacionalización. Política de fijación de precios. Decisiones de distribución y del equipo de ventas

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

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

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

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Talleres	Los docentes atenderán las dudas surgidas de la realización de los trabajos o proyectos encomendados en el marco de la materia.
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Los docentes atenderán las dudas surgidas de la realización de los trabajos o proyectos encomendados en el marco de la materia.

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Aquellos alumnos que no cumplan una asistencia mínima del 80% tendrán que acudir al examen final, a una prueba específica de evaluación.

Fuentes de información

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Márketing Internacional/V06M101V01202

DATOS IDENTIFICATIVOS**Fiscalidad Internacional**

Asignatura	Fiscalidad Internacional			
Código	V06M101V01203			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Derecho público especial Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lorenzo Paniagua, Javier Aneiros Pereira, Jaime			
Profesorado	Aneiros Pereira, Jaime Lorenzo Paniagua, Javier			
Correo-e	janeiros@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conocer y saber liquidar los impuestos vinculados con las actividades internacionales de la empresa general			

Competencias de titulación

Código	
A5	(*)Conocimiento de la fiscalidad en el ámbito internacional
A6	(*)Conocimiento pormenorizado de las operaciones del comercio internacional, de su fundamento, sus aspectos formales, y sus efectos
A12	(*)Aplicación de los conocimientos y técnicas del comercio internacional en la actividad real
B5	(*)Conocimiento de los medios internacionales de financiación y de pago, y de los procedimientos para cobertura de riesgos
B7	(*)Dominio de los diferentes tributos relacionados con el comercio internacional.
B8	(*)Resolución de problemas prácticos de tributación en las operaciones de comercio internacional.
B9	(*)Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación
B26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las obligaciones fiscales inherentes a la actividad internacional y ser capaz de formalizar las correspondientes declaraciones de impuestos.	saber saber hacer	A5 A6 A12 B5 B7 B8 B9 B26

Contenidos

Tema

Módulo I. Fiscalidad de las operaciones de tráfico internacional de mercancías	<p>1.1 Introducción .</p> <p>1.2 Definición y delimitación de las operaciones de Tráfico Internacional.</p> <p>1.3 Lugar de realización de las operaciones de tráfico internacional.</p> <p>1.4 El transporte: elemento clave para la localización de las operaciones.</p> <p>1.5 Devengo del impuesto.</p> <p>1.6 Base Imponible.</p> <p>1.7 Sujetos Pasivos.</p> <p>1.8 Tipos impositivos.</p> <p>1.9 Deducciones: regla general y regla de la prorata.</p> <p>1.10 Devoluciones.</p> <p>1.11 Ejemplos prácticos con revisión del cumplimiento de las obligaciones formales. Documentos Únicos Aduaneros, Modelos 031□.</p>
Módulo II. Fiscalidad de las operaciones de prestaciones de servicios internacionales	<p>2.1 Introducción .</p> <p>2.2 Lugar de realización de las prestaciones de servicios: Regla general, reglas especiales e inversión del sujeto pasivo. Obligaciones formales</p> <p>2.3 Ejemplos prácticos con especial atención al cumplimiento de obligaciones formales. Autofacturas.</p>
Módulo III. Sistema comunitario de devolución de no establecidos.	<p>3.1 Introducción .</p> <p>3.2 Supuestos de aplicación.</p> <p>3.3 Requisitos cuantitativos y cualitativos para la solicitud de devoluciones.</p> <p>3.4 Ejemplo práctico con especial atención a la solicitud de devolución de no establecidos: Modelo 361 con obligaciones formales.</p>
Módulo IV. Aduanas e Impuestos Especiales	<p>4.1 Introducción</p> <p>4.2 Destinos Aduaneros</p> <p>4.3 Hecho Imponible</p> <p>4.4 Sujetos Pasivos</p> <p>4.5 Base Imponible y tipos impositivos del arancel</p> <p>4.6 Obligaciones formales</p> <p>4.7 Operaciones de Tráfico Internacional con terceros países: Renta de Aduanas</p> <p>4.8. Regímenes especiales: zonas francas, depósitos francos y otros depósitos, regímenes de perfeccionamiento activo, transformación en aduana e importación temporal.</p>

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	20	0	20
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	0	15
Actividades introductorias	1	0	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	37	39

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Actividades introductorias	El alumno podrá plantear preguntas o pedir aclaraciones en actividades en las que esté presente el profesor. Además, los profesores de la asignatura estarán disponibles en el horario de tutorías publicado en el centro.
Sesión magistral	El alumno podrá plantear preguntas o pedir aclaraciones en actividades en las que esté presente el profesor. Además, los profesores de la asignatura estarán disponibles en el horario de tutorías publicado en el centro.
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno podrá plantear preguntas o pedir aclaraciones en actividades en las que esté presente el profesor. Además, los profesores de la asignatura estarán disponibles en el horario de tutorías publicado en el centro.
Pruebas	Descripción

Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno podrá plantear preguntas o pedir aclaraciones en actividades en las que esté presente el profesor. Además, los profesores de la asignatura estarán disponibles en el horario de tutorías publicado en el centro.
--	--

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Asistencia participativa a clase	5
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de los ejercicios y problemas propuestos por los profesores de la asignatura	5
Resolución de problemas y/o ejercicios	Pruebas periódicas acerca de contenidos de la asignatura, que incluirán preguntas de respuesta corta sobre conceptos, así como resolución de ejercicios.	90

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

1.- ENSEÑANZA PRESENCIAL

1.1.- EVALUACIÓN CONTINUA

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

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

1. 2.- EXAMEN FINAL

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

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

2.- ENSEÑANZA A DISTANCIA

2. 1.- EVALUACIÓN CONTINUA

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

2. 2.- EXAMEN FINAL

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

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

Fuentes de información

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS**Transporte y Logística**

Asignatura	Transporte y Logística			
Código	V06M101V01204			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Gonzalez-Portela Garrido, Alicia Trinidad Diz Comesaña, Maria Eva			
Profesorado	Diz Comesaña, Maria Eva Fernández Sasiain, Francisco José Gonzalez-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Correo-e	evadiz@uvigo.es tgonzalez-portela@uvigo.es			

Web

Descripción general (*)-DESCRIPCIÓN GENERAL

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

Competencias de titulación**Código**

A1	(*)Hablar bien en público
A2	(*)Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional
A7	(*)Conocimiento de la logística y el transporte en el comercio internacional
B11	(*)Conocimiento de los diferentes medios de transporte y su operativa
B12	(*)Conocimiento de la logística relacionada con el comercio internacional
B13	(*)Dominio de la terminología específica (incoterms)

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público.	saber saber hacer Saber estar /ser	A1
Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional.	saber saber hacer	A2
Conocimiento de la logística y el transporte en el comercio internacional.	saber saber hacer	A7
Conocimiento de los diferentes medios de transporte y su operativa.	saber saber hacer	B11
Conocimiento de la logística relacionada con el comercio internacional.	saber saber hacer	B12
Dominio de la terminología específica (incoterms).	saber saber hacer	B13

Contenidos**Tema**

Tema 1: El Lean en la cadena de suministros (*)
 Tema 2: Gestión de compras
 Tema 3: Gestión de stocks
 Tema 4: Gestión de almacenes
 Tema 5: Transporte internacional

Planificación

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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Tiempo reservado para orientar y atender al alumnado y resolver sus dudas en el proceso de adquisición de las competencias de la materia. El alumno dispondrá de esta atención personalizada en el horario de tutorías que a tal efecto será publicado en el centro.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Tiempo reservado para orientar y atender al alumnado y resolver sus dudas en el proceso de adquisición de las competencias de la materia. El alumno dispondrá de esta atención personalizada en el horario de tutorías que a tal efecto será publicado en el centro.

Evaluación

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

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

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

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

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

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

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

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

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

Fuentes de información

Básicas

ANAYA TEJERO, J.J. (2000): *Logística Integral. la Empresa*. ESIC, Madrid.

COS, J.P. y de NAVASCUÉS, R. (1998): *Manual de Logística Integral*. Díaz de Santos, Madrid.

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

ENRIQUEZ de DIOS, J.J. (1994): *Transporte Internacional de Mercancías*. ESIC, Madrid.

Andavira Editora, Santiago de Compostela.

Complementarias:

ESCRIVÁ, J. y SAVALL, V. (2005): *Almacenaje de Productos*. la Distribución Comercial. ESIC, Madrid.

Recomendaciones

Otros comentarios

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

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

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

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

Competencias de titulación

Código	
A2	(*)Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional
A3	(*)Conocimiento de las técnicas de marketing utilizadas en el comercio internacional
A8	(*)Conocimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones aplicadas al comercio internacional
A9	(*)Conocimiento aplicado de las herramientas informáticas necesarias en el comercio internacional
B10	(*)Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional
B13	(*)Dominio de la terminología específica (incoterms)
B14	(*)Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet.
B15	(*)Dominio de las operaciones electrónicas y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos y estructuras de funcionamiento
B16	(*)Conocimiento de las distintas aplicaciones informáticas, diseño y construcción de páginas web, y de las técnicas adecuadas para el comercio electrónico
B17	(*)Obtención de información en Internet
B18	(*)Análisis crítico de hardware y software, elección de arquitecturas, sistemas, equipos y programas

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
El objetivo de la materia es el de proporcionar una visión general de las TIC e Internet en el e-comercio. Se deberán conocer, ser capaces de evaluar y planificar el uso de diferentes recursos y herramientas basados en Internet como la Web, el e-marketing, la Web 2.0, o los medios de pago electrónicos en el e-comercio.	saber	A2
	saber hacer	A3
		A8
		A9
		B10
		B13
		B14
		B15
		B16
		B17
		B18

Contenidos

Tema	
1. Visión general de las TIC e Internet en el e-comercio.	Las TIC en el e-comercio. El uso de Internet en la actividad comercial.
2. Modelos de e-negocio apoyados por las TIC. Modelos de e-negocio basados en las TIC.	Tipos de modelos de negocio basados en Internet y en el uso intensivo de las TIC.

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	7.5	15	22.5
Resolución de problemas y/o ejercicios	10	20	30
Metodologías integradas	20	40	60

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

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de problemas y ejercicios de manera individual o grupal, sobre diferentes aspectos de la materia.
Metodologías integradas	Actividades de enseñanza basadas aprendizaje colaborativo: Enfoque interactivo de organización del trabajo en el cual los alumnos son responsables de su aprendizaje y del de sus compañeros en una estrategia de corresponsabilidad para alcanzar metas e incentivos grupales. Podrán consistir en trabajos de aula, trabajos tutelados, proyectos, etc...

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases prácticas, de resolución de problemas y ejercicios, de debate, de realización de trabajos, y del control regular del trabajo realizado.
Metodologías integradas	El alumno tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases prácticas, de resolución de problemas y ejercicios, de debate, de realización de trabajos, y del control regular del trabajo realizado.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se evaluará la corrección, calidad, claridad y contenidos aplicados en la resolución de problemas y trabajos que realicen los alumnos, de manera individual o grupal.	30
Metodologías integradas	Se evaluará de forma continuada el desempeño de los alumnos en los trabajos y actividades realizadas de manera colaborativa.	70

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación anterior es válida para alumnos asistentes a las clases presenciales o virtuales, con las adaptaciones que se consideren necesarias en cada caso. Cada módulo de la materia comportará uno o varios ítems evaluables. Para superar la materia es IMPRESCINDIBLE sacar una puntuación igual o superior a 5 sobre 10 en todas y cada una de las partes que formarán parte de la evaluación. Dado que se aplicará evaluación continua, el respeto de los plazos de realización y entrega de los ítems evaluables será fundamental. El no respeto de estos plazos puede conllevar por ello la no superación de la materia.

Fuentes de información

Guillén Gorbe, T., *Las TIC en la estrategia Empresarial.*,

Sanagustín E., et al, **Claves para entender el nuevo marketing,**

ICEX, **Manual de e-market services,**

Puig, C., **Los blogs, comunicación empresarial multibanda.,**

UN/EDIFACT, **UN/EDIFACT website.,**

En la materia se usarán principalmente los materiales propios de la asignatura, así como numerosas fuentes disponibles en internet. Estas fuentes, los diferentes materiales y recursos de la materia, y otros contenidos se encontrarán en el espacio virtual de la asignatura.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Las TIC en el Comercio Internacional/V06M101V01105

Otros comentarios

Orientaciones para el estudio:

- La asistencia a las clases presenciales es importante para los alumnos que opten por esta opción, dado el enfoque metodológico y la realización de actividades grupales.
 - La planificación adecuada para el respeto de los plazos de entrega y calendarios de actividades es fundamental para los alumnos virtuales.
-

DATOS IDENTIFICATIVOS**Comunicación Profesional Internacional**

Asignatura	Comunicación Profesional Internacional			
Código	V06M101V01206			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua Impartición	Castelán			
Departamento	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinador/a	Gonzalez Crespan, Maria Araceli			
Profesorado	Garcia de la Puerta, Marta Gonzalez Crespan, Maria Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*)Esta materia abordará las cuatro destrezas comunicativas en inglés para el comercio internacional, con una especial atención a la comunicación oral.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Hablar bien en público
A10	Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios
B13	Dominio de la terminología específica (incoterms)
B19	Conocimiento de los registros específicos del inglés para los negocios
B20	Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
B21	Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
B22	Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
B23	Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
B26	Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)Falar ben en público	saber facer Saber estar / ser	A1
(*)Coñecemento e dominio do idioma internacional dos negocios	saber saber facer	A10
(*)Dominio da *terminología específica (*incoterms)	saber	B13
(*)Coñecemento de *os **registros específicos del inglés para *os negocios *B20	saber	B19
(*)Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de *os términos técnicos. *B21 (*)Dominio oral del *lenguaxe comercial en inglés. *B22 (*)Coñecemento del inglés en contextos específicos: *feiras, mercados, *reunións, *negociacións. *B23 (*)*Desenvolvemento de habilidades **comunicativas *e de **protocolo.		
(*)Coñecemento de *os **registros específicos del inglés para *os negocios *B20	saber	B20
(*)Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de *os términos técnicos. *B21 (*)Dominio oral del *lenguaxe comercial en inglés. *B22 (*)Coñecemento del inglés en contextos específicos: *feiras, mercados, *reunións, *negociacións. *B23 (*)*Desenvolvemento de habilidades **comunicativas *e de **protocolo.	saber facer	
(*)Coñecemento de *os **registros específicos del inglés para *os negocios *B20	saber	B21
(*)Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de *os términos técnicos. *B21 (*)Dominio oral del *lenguaxe comercial en inglés. *B22 (*)Coñecemento del inglés en contextos específicos: *feiras, mercados, *reunións, *negociacións. *B23 (*)*Desenvolvemento de habilidades **comunicativas *e de **protocolo.		
(*)Coñecemento de *os **registros específicos del inglés para *os negocios *B20	saber	B22
(*)Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de *os términos técnicos. *B21 (*)Dominio oral del *lenguaxe comercial en inglés. *B22 (*)Coñecemento del inglés en contextos específicos: *feiras, mercados, *reunións, *negociacións. *B23 (*)*Desenvolvemento de habilidades **comunicativas *e de **protocolo.	saber facer Saber estar / ser	

(*)Desenvolvemento de habilidades *comunicativas e de *protocolo.	saber facer Saber estar / ser	B23
(*)Aplicación práctica de coñecementos adquiridos: inglés comercial e outros relacionados co comercio internacional	saber saber facer	B26

Contidos

Tema	
(*)Procura de emprego	(*)Redacción de *currículum *vitaeAnuncios e convocatorias de *trabajoCartas de solicitude e *respuestaEntrevistas de traballo
(*)Relacións sociais	(*)*ContactoPresentacionesInteracciónSituacións: temas apropiados e tabú
(*)Reunións comerciais	(*)Estrutura e *tiposFuncións do presidente e os *participantesIntervencións e *interrupciónsConclusiones e tarefas
(*)Negociacións comerciais	(*)*PreparaciónEstrategiasAlternativasResolución de *conflictosAcuerdos
(*)Presentacións profesionais	(*)*PreparaciónIntroducciónDesarrolloConclusión e *recomendaciónsPreguntasApoyos *visuales

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	8	7.5	15.5
Prácticas de laboratorio	30	50	80
Seminarios	6	0	6
Actividades introductorias	1	0	1
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	0	10	10

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

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	
Prácticas de laboratorio	

Avaliación

	Descrición	Calificación
Sesión maxistral	(*)Presentación de contenidos y discusión de aspectos teóricos en grupo grande	25
Prácticas de laboratorio	(*)Uso del laboratorio de idiomas para poner en práctica las destrezas comunicativas del inglés comercial.	75
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	(*)Preparación de actividades que se llevarán a cabo en el aula de prácticas: relaciones sociales, reunións, negociacións o presentacións.	0

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Inglés Comercial/V06M101V01106

DATOS IDENTIFICATIVOS**Practicum**

Asignatura Practicum
Código V06M101V01207
Titulación Máster Universitario en Comercio Internacional

Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c

Lengua
Impartición

Departamento Organización de empresas e márketing

Coordinador/a Díaz-Becerra Martinez, Ana Maria

Profesorado Díaz-Becerra Martinez, Ana Maria

Correo-e

Web

Descripción general

Competencias de titulación

Código

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	-----------	---------------------------------------

Contidos

Tema

Planificación

Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
----------------	----------------------	---------------

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

Metodología docente

Descripción

Atención personalizada**Avaliación**

Descripción

Calificación

Otros comentarios sobre la Evaluación**Bibliografía. Fuentes de información****Recomendaciones**

DATOS IDENTIFICATIVOS**Trabajo Fin de Máster**

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

Competencias de titulación

Código	
A11	Realización de un proyecto completo de internacionalización de empresas, planificación de operaciones de comercio internacional, o marketing internacional
B1	Dominio de los conceptos económicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.
B2	Dominio de los conceptos jurídicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.
B3	Conocimiento de las técnicas de dirección y gestión comercial en un contexto global, de los diferentes mercados, y de las relaciones y estrategias económicas de carácter internacional.
B4	Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales
B5	Conocimiento de los medios internacionales de financiación y de pago, y de los procedimientos para cobertura de riesgos
B6	Resolución de problemas de financiación en un entorno de información incompleta o limitada.
B7	Dominio de los diferentes tributos relacionados con el comercio internacional.
B8	Resolución de problemas prácticos de tributación en las operaciones de comercio internacional.
B9	Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación
B10	Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional
B11	Conocimiento de los diferentes medios de transporte y su operativa
B12	Conocimiento de la logística relacionada con el comercio internacional
B13	Dominio de la terminología específica (incoterms)
B14	Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet.
B15	Dominio de las operaciones electrónicas y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos y estructuras de funcionamiento
B17	Obtención de información en Internet
B19	Conocimiento de los registros específicos del inglés para los negocios
B22	Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
B23	Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
B24	Planificación y realización de un proyecto integrado de internacionalización.
B26	Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)- Absorber coñecementos *potenciando actitudes e habilidades capaces de axudar a competir nun *entorno global.- *Interiorizar os coñecementos adquiridos mediante a integración conceptual, a análise e a aplicación práctica.- Desenvolver unha metodoloxía adecuada para o *diagnóstico, a xeración de alternativas e a elección de opcións para a *internacionalización de empresas, organizacións ou proxectos.- Propiciar tómaa de decisións activa nun contexto empresarial.- Favorecer a *implicación na posta en marcha de proxectos de *internacionalización ou desenvolvendo algún xa existente.- Estimular o *empredizaje de proxectos de *internacionalización.	saber	A11
	saber facer	B1
	Saber estar / ser	B2
		B3
		B4
		B5
		B6
		B7
		B8
		B9
		B10
		B11
		B12
		B13
		B14
		B15
	B17	
	B19	
	B22	
	B23	
	B24	
	B26	

Contidos

Tema

(*)Os contidos do proxecto poderán desenvolver (*) en calquera actividade que implique *internacionalización, con especial valor a aquelas que impliquen alianzas ou o desenvolvemento de cooperación.Os ámbitos do proxecto poderán centrarse nos seguintes:- Exportación ou *importación de produtos.- *Comercialización de servizos.- *Adquisición ou venda internacional de tecnoloxías ou desenvolvemento de proxectos internacionais que impliquen accións consolidadas de I+*D.- Acordos de distribución e de cooperación nos que participen axentes internacionais.- Producción, distribución, elaboración no exterior de produtos ou servizos. - Acordos de cooperación entre organizacións, empresas ou entidades que impliquen accións no *ambito global ou internacional, en particular, empresas *mixtas, *filiales, tanto de produción ou *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 *evaluar polos profesores sempre que impliquen *internacionalización, *inclusive *inversa.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Proxectos	30	90	120
Traballos e proxectos	3	27	30

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

Metodoloxía docente

Descripción

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

Atención personalizada

Metodologías Descripción

Proxectos	(*)O alumno dispoñerá de sesións de apoio: 1. Orientacións:- Estrutura e metodoloxía global. Necesidades de información. *Enfoque de posibles proxectos. Análise e *diagnóstico. *Revisión xeral de fontes de información. Estratexias para o proxecto. Caso xeral para orientación proxecto. 2. Avances:- Elección, ou no seu caso, *adjudicación de proxectos.- Presentación de necesidades de información con índice *tentativo.- Proposta de fontes.- *Seguimiento da elaboración da análise.- *Seguimiento da elaboración do *diagnóstico.- *Seguimiento da elaboración das estratexias.- *Seguimiento da elaboración de liñas xerais de *implantación.- *Seguimiento xeral da elaboración de contidos. 3. *Tutorías.- Apoio xeral á elección do proxecto.- Apoio á procura de fontes.- Apoio xeral ao tratamento de datos e información.- Apoio na elaboración da análise.- Apoio na elaboración das posibles estratexias.- Apoio xeral a liñas de *implantación.- Apoio xeral á presentación do proxecto.
-----------	--

Avaliación

	Descripción	Calificación
Proxectos	DESENVOLVEMENTO E ELABORACIÓN DO PROXECTO: (non cumprir prazos implicará un valoración de cero no apartado correspondente. Rango de evaluación: 0-10) - Proposta e xustificación do proxecto, peso 5% (si o alumno non presenta unha proposta no prazo previsto adxudicaráse 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%	60
Traballos e proxectos	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%	40

Otros comentarios sobre la Evaluación

(*)

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, lóxicamente non se avaliará o seguimento do mesmo, e o 100% da avaliación corresponderá a Presentación final do proxecto de tal xeito que neste caso o alumno entregará simplemente o seu proxecto -nas condicións de entrega establecida polos profesores- e se avaliará de acordo cos criterios establecidos na Presentación final do proxecto (apartado de traballos e proxectos).

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións
