



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

SUBDIRECTOR DE CALIDADE E ESPAZO EUROPEO: D^a Pilar Muñoz

SUBDIRECTORA DE RELACIÓNS EXTERIORES: D^a Consuelo Currás

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 2012-2013

(*)

CALENDARIO ESCOLAR 2012-2013

http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/sites/default/microsites/sxeral/Secretaria_xeral/calend_acad_2012_13.pdf

(*)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. Globalización Económica	(*)(*)
2. El entorno en la Internacionalización de la empresa	
3. Aspectos generales y Comercio Mundial	
4. La demanda agregada en una economía abierta.	
5. Teorías explicativas de Comercio Internacional	
6. Instrumentos de Política Comercial y Organización Mundial del Comercio	
7. La balanza de pagos y la situación del comercio exterior español	

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
Pruebas de respuesta corta	2	25	27

*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.

Los alumnos de la modalidad no presencial deberán realizar las tareas que especifique el profesor tanto en la primera convocatoria como en la segunda, en este caso, deberán entregarlas en la fecha fijada en el calendario oficial.

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	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Curras Valle, Maria Consuelo Cabanelas Lorenzo, Pablo			
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	1. Introduccón. 2. La necesidad de internacionalizarse.

La función directiva y la planificación estratégica	1. Crisis actual y la internacionalización. 2. La internacionalización de la empresa. 3. Claves para el éxito.
Habilidades directivas en los mercados internacionales	1. Conceptos previos. 2. Tipificación de empresas y estilos de dirección. 3. Matriz T-H.
La internacionalización de la empresa	1. La importancia de la marca país. 2. El posicionamiento en el exterior. 3. Estrategia integrada para la internacionalización de la empresa.
El entorno internacional de los negocios	1. El contorno en el marketing internacional. 2. Análisis PESTEL.
El plan de internacionalización y el plan de marketing	1. Actitud y orientación directiva. 2. Proceso de decisión de internacionalización. 3. Marketing operativo: estrategias y tácticas para la internacionalización.
Investigación de Mercados Internacionales	1. Introducción. 2. Metodología para la evaluación y análisis de mercados. 3. Investigación de mercados exteriores
Mercados en el mundo	UE; EEUU; China; Brasil

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	

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

Cavusgil, S. Tamer, **International business : strategy, management, and the new realities**, 2008,
Cerviño, Julio, **TEXTO IMPRESO Marketing internacional : nuevas perspectivas para un mercado globalizado**,
2006,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Márketing Internacional/V06M101V01202

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidade e Finanzas Internacionais**

Asignatura	Contabilidade e Finanzas Internacionais			
Código	V06M101V01103			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Economía aplicada Economía financeira e contabilidade			
Departamento	Economía aplicada Economía financeira e contabilidade			
Coordinador/a	Amigo Dobaño, Josefina Lucy			
Profesorado	Amigo Dobaño, Josefina Lucy Iglesias Sanchez, Jose Luis Saez Ocejo, José Luis			
Correo-e	lamigo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*)La asignatura "financiación internacional" tiene por objeto que el alumno aprenda el registro contable de las operaciones relacionadas con la actividad internacional, las características de los medios de cobro y pago que hacen posibles las transacciones internacionales, así como los recursos disponibles que reducen los riesgos inherentes a los negocios internacionales: riesgos por diferencias de cambio, de insolvencia del cliente o del país, riesgos derivados de la información asimétrica, etc., así como los programas públicos de apoyo a la actividad internacional de la organización.			

Competencias 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
(*)Coñecer e ser capaz de analizar a información que aportan os informes comerciais desaber		A2
*solvencia a fin de orientar a decisión de realizar o negocio internacional.	saber facer	A4 A12 B5 B6 B9 B26
(*)Ser capaz de negociar o medio de pago que outorgue a maior seguridade xurídica á	saber	A4
*transacción, que faga *viable o negocio internacional e que posibilite o financiamento da operación.	saber facer	A12 B5 B6 B9 B26

(*)Ser capaz de negociar e *formalizar liñas de financiamento de exportacións e *importacións a través dos diferentes produtos financeiros ofrecidos polas entidades financeiras	saber saber facer	A4 A12 B5 B6 B9 B26
(*)Ser capaz de cubrir as diferenzas de cambio que se poidan producir nas operacións internacionais, tanto de crédito comercial como de *préstamos e créditos en divisas.	saber saber facer	A4 A12 B5 B6 B9 B26
(*)Coñecer as condicións e *prestacións dos programas públicos de *fomento á *internacionalización, así como ser capaz de *visibilizar a súa *aprovechamento por parte da empresa e de *instrumentar os diferentes programas.	saber saber facer	A2 A3 A12 B4 B5 B6 B9 B26
(*)Coñecer a normas *contables internacionais e saber contabilizar as operacións de comercio, investimento e financiamento internacional, as diferenzas de cambio e os prezos de *transferencia.	saber saber facer	A2 A4 A5 A6 A12 B5 B6 B9 B26

Contidos

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 1.7.- Remesa documentaria
(*)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	(*)4.1.- Programas de las Cámaras de Comercio 4.2.- 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 4: 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 e/ou exercicios	11	11	22
Seminarios	4	0	4
Sesión maxistral	40	0	40
Probas de resposta curta	1.5	45	46.5

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

Metodología docente

	Descripción
Resolución de problemas e/ou 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 maxistral	(*)Exposición, por parte del profesor, de contenidos teóricos y prácticos relacionados con la materia

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión maxistral	

Avaliación

	Descripción	Calificación
Sesión maxistral	(*)Valoración de la asistencia y participación del alumno en clase	10
Probas de resposata curta	(*)Calificación obtenida por el alumno en las pruebas de respuesta corta que planteen los profesores	90

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fontes 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**,

Recomendacións

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión de Operaciones Internacionales**

Asignatura	Gestión de Operaciones Internacionales			
Código	V06M101V01104			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimstre 1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Gonzalez Lopez, Maria Isabel Gonzalez-Portela Garrido, Alicia Trinidad Diaz-Becerra Martinez, Ana Maria			
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
(*)	saber	A6
(*)	saber	B2
(*)	saber	B7
(*)	saber hacer	B8
(*)	saber	B9
(*)	saber	B10
(*)	saber	B13

Contenidos

Tema	
(*)	(*)
(*)	(*)
(*)	(*)
(*)	(*)
(*)	(*)

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 y/o ejercicios	8	10	18
Trabajos tutelados	1	24.5	25.5
Sesión magistral	20	20	40
Pruebas de respuesta corta	3	0	3
Resolución de problemas y/o ejercicios	3	0	3

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

Metodologías

	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 y/o 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 magistral	(*)Son horas presenciales que solamente implican para los alumnos la participación planteando preguntas y debates. Se trata de ofrecer de forma resumida la teoría necesaria para llevar a cabo las metodologías indicadas anteriormente.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	
Seminarios	
Prácticas en aulas de informática	
Resolución de problemas y/o ejercicios	
Trabajos tutelados	

Evaluación

	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 y/o 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 magistral	(*)Asistencia y participación en las clases	18
Pruebas de respuesta corta	(*)En dos exámenes parciales y/o el examen oficial de la materia	25
Resolución de problemas y/o ejercicios	(*)En dos exámenes parciales y/o el examen oficial de la materia	25

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

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

Recomendaciones

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			
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

*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 realización de ejercicios y trabajos diversos 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 que sigan la evaluación continua, con las adaptaciones que se consideren necesarias en cada caso, y bajo las condiciones siguientes:

Para los alumnos en modalidad presencial: Los alumnos que se acojan a la modalidad presencial deberán asistir a un mínimo del 75% de las horas presenciales para ser considerados asistentes y ser evaluados por evaluación continua. Deberán respetar todos los plazos de entrega de las actividades o ítems evaluables que se indiquen durante el curso para ser evaluados por evaluación continua. De manera general, el incumplimiento de la asistencia requerida o el no respeto de los plazos de entrega de las actividades o ítems evaluables conllevaría el no seguimiento de la evaluación continua, y por ello la imposibilidad de superar la materia por esta vía.

Para los alumnos en modalidad virtual: Los alumnos que sigan la modalidad virtual deberán utilizar la plataforma de teledocencia puesta a su disposición de forma suficientemente asidua para estar al tanto del progreso de la materia. Deberán respetar todos los plazos de realización y entrega de las actividades o ítems evaluables que se indiquen durante el curso para ser evaluados por evaluación continua. De manera general, el no respeto de los plazos de entrega de las actividades o ítems evaluables conllevaría el no seguimiento de la evaluación continua, y por ello la imposibilidad de superar la materia por esta vía.

Para los alumnos no asistentes o que no superen la materia en el seguimiento de la evaluación continua: Los alumnos que no sigan la modalidad de evaluación continua o que no superen la materia en el seguimiento de la evaluación continua, deberán realizar, entregar y superar todas las actividades o ítems evaluables que se planteen en la materia durante el curso, en el plazo que se determine específicamente para ellos, y deberán además presentarse y superar (obtener una nota mayor o igual a 5 sobre 10) las pruebas de evaluación presencial de la materia que se realizarán en las convocatorias oficiales de la materia.

En todo caso, y para todos los alumnos, de cualquier modalidad (presencial, virtual o no asistentes), es requisito IMPRESCINDIBLE para poder optar a superar la materia el realizar en los plazos marcados todas las actividades o ítems evaluables y obtener una puntuación igual o superior a 4 sobre 10 en todas y cada una de ellas que formarán parte de la evaluación (de manera general cada módulo de la materia constará de uno o más ítems evaluables). En caso contrario se considerará automáticamente la materia como no superada.

Los alumnos no asistentes deberán obtener además una nota mayor o igual a 5 sobre 10 en las pruebas presenciales, para optar a superar la materia. En caso contrario se considerará automáticamente la materia como no superada.

De manera general, para quienes sigan la evaluación continua, la nota final del alumno se obtendrá como resultado de la media ponderada (en función de la carga lectiva estimada) de las notas obtenidas en cada ítem evaluable. Se entenderá superada la materia si dicha nota final es mayor o igual que 5 sobre 10.

Para los alumnos que no superen la materia en el seguimiento de la evaluación continua, o que no sigan dicha modalidad de evaluación continua, la nota final del alumno se obtendrá como resultado de la media aritmética entre: (a) la media ponderada (en función de la carga lectiva estimada) de las notas obtenidas en cada actividad o ítem evaluable a presentar, y (b) la nota obtenida en las pruebas de evaluación presencial de la materia. Se entenderá superada la materia si dicha nota final es mayor o igual que 5 sobre 10. Esto siempre y cuando el alumno haya cumplido las condiciones anteriormente descritas para poder optar a superar 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,**

García,E; González, J., **Introducción ás bases de datos,**

Entre otras fuentes de información, se proporcionarán materiales (presentaciones, apuntes, referencias...) como parte de la asignatura.

En todo caso, será también competencia del alumno ampliar dicha información a través de la búsqueda autónoma de información y referencias, que en todo caso podrá contrastar con el profesor.

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	Esta materia abordará las cuatro destrezas comunicativas en inglés para el comercio internacional así como general 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	Cuatrimstre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Derecho privado Derecho público especial Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Lopez Vidal, Maria Pilar Portas Moran, Rosina Maria Mercedes			
Profesorado	Fernandez Docampo, Maria Belen 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 ("Derecho Internacional y Contratación") es una materia en la que se estudian 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	
MÓDULO I. Marco Institucional y fuentes del Derecho del Comercio Internacional.	1. Marco Institucional 2. Las fuentes del Derecho del Comercio Internacional.
MÓDULO II: La compraventa internacional.	1. Introducción: La Convención de Viena de 1980. 2. Formación del contrato. 3. Transmisión del riesgo. 4. Obligaciones de las partes. 5. El incumplimiento del contrato 6. Los INCOTERMS.
MÓDULO III: Otras figuras contractuales. Instrumentos de cobro y pago.	1. Contratos de distribución y cooperación. 2. Contratos de transporte. 3. Contratos de financiación. 4. Instrumentos de cobro y pago.
MÓDULO IV: Contrato de trabajo con elemento extranjero.	1. Determinación del foro nacional competente. 2. Determinación de la ley nacional aplicable.

MÓDULO V: Desplazamiento de trabajadores en el marco de una prestación de servicios transnacional.	1. Empresas españolas que desplacen trabajadores a otro Estado miembro. 2. Empresas de cualquier otro Estado miembro del EEE que desplacen trabajadores a España.
MÓDULO VI: Relación de Seguridad Social.	1. Las reglas comunitarias de coordinación de la Seguridad Social. 2. Normativa convencional internacional.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	12	20	32
Estudio de casos/análisis de situaciones	2	10	12
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	2	12	14
Pruebas de respuesta corta	2	15	17

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

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Durante el tiempo dedicado a la impartición de lecciones magistrales y al estudio de casos y a la resolución de ejercicios, el alumno podrá resolver las dudas que se le planteen en el estudio de la materia a través de su planteamiento al profesor.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Durante el tiempo dedicado a la impartición de lecciones magistrales y al estudio de casos y a la resolución de ejercicios, 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 el trabajo personal, las aportaciones y las buenas intervenciones que realicen los alumnos al respecto.	20
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma		20
Pruebas de respuesta corta	Se valorará el correcto planteamiento en términos jurídicos del caso y la búsqueda y adecuada aplicación de los preceptos legales que correspondan. Las preguntas de respuesta corta versarán sobre los contenidos teórico-prácticos de la materia impartidos en las sesiones magistrales.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que no hubiesen obtenido calificación suficiente para la superación de la materia en el proceso de evaluación continua que se efectúe y aquellos alumnos que no hubiesen obtenido calificación alguna en dicho proceso, deberán presentarse a un examen final teórico práctico en el que deberán presentar o analizar, según se determine en el momento oportuno, el estudio de un caso o supuesto que se le proponga, así como resolver los problemas o ejercicios prácticos que se le formulen y responder a las cuestiones teóricas que se planteen.

Para la segunda convocatoria se aplicarán los criterios anteriores.

Fuentes de información

Esplugues Mota, Carlos, **Derecho del Comercio Internacional**, Valencia, Tirant lo Blanch,
 Esteban de la Rosa, Fernando, **Legislación de los Negocios Internacionales**, Madrid, Tecnos,
 Sánchez Lorenzo, Sixto A., **Claúsulas en los contratos internacionales**, Barcelona, Atelier,

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

Alvarez González, Santiago, **Legislación de Derecho Internacional Privado**, Granada, Comares,

López Fernández, M.A., **Regulación del desplazamiento de trabajadores en el marco de una prestación de servicios transnacional**,

Recomendaciones

Otros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Márketing Internacional				
Asignatura	Márketing Internacional			
Código	V06M101V01202			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Curras Valle, Maria Consuelo Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Curras Valle, Maria Consuelo Gonzalez Vazquez, Encarnacion Lopez Vidal, Maria Pilar Rodriguez Daponte, Maria del Rocio			
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 os aspectos diferenciais dos mercados exteriores respecto ao mercado doméstico, e aplicalo a toma de decisións.	saber saber facer	A11 B3
Adquirir competencias para tomar decisións a nivel estratéxico e de política comercial nos mercados internacionais	saber facer	A3 B4 B26

Contidos

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

Estratexias de marketing no mercado internacional

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

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	21	21	42
Seminarios	15	15	30
Obradoiros	6	9	15
Probas de resposta curta	1	9,5	10,5
Probas de tipo test	1	9	10
Traballos e proxectos	0	5	5

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

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Obradoiros	Os docentes atenderán as dúbidas xurdidas da realización dos traballos ou proxectos encomendados no marco da materia.
Pruebas	Descrición
Traballos e proxectos	

Avaliación

	Descrición	Calificación
Sesión maxistral	Asistencia, actitude, participación en las clases.	5
Seminarios	Asistencia, actitude, participación en los seminarios.	5
Obradoiros	Resultado da actividade desenvolvida no obradoiro.	10
Probas de resposta curta	Proba sobre comprensión, coñecemento e aplicación de conceptos.	40
Probas de tipo test	Proba de pregunta tipo test para comprobar o seguimento da materia.	30
Traballos e proxectos	Realización dun traballo ligado á internacionalización da empresa.	10

Otros comentarios sobre la Evaluación

Bibliografía. Fontes de información

Cerviño, J. (2006): Marketing internacional. Nuevas perspectivas para un mercado globalizado, Pirámide, Madrid.

Czinkota, M. e Ronkainen, I. (2005): Marketing internacional, McGraw-Hill, 7ª edición, México.

Nieto Churruca, A. e Llamazares García-Lomas, O. (1998): Marketing internacional, Pirámide, Madrid.

Pla, J. e León, F. (2004): Dirección de empresas internacionales, Prentice-Hall, Madrid.

Recomendacións

Asignaturas que continúan el temario

Márketing Internacional/V06M101V01202

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Fiscalidade Internacional				
Asignatura	Fiscalidade Internacional			
Código	V06M101V01203			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Dereito público especial Economía aplicada			
Coordinador/a	Amigo Dobaño, Josefina Lucy			
Profesorado	Amigo Dobaño, Josefina Lucy Aneiros Pereira, Jaime			
Correo-e	lamigo@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

Contidos	
Tema	
Módulo I. Fiscalidad de las operaciones de tráfico internacional de mercancías	1.1 Introducción . 1.2 Definición y delimitación de las operaciones de Tráfico Internacional. 1.3 Lugar de realización de las operaciones de tráfico internacional. 1.4 El transporte: elemento clave para la localización de las operaciones. 1.5 Devengo del impuesto. 1.6 Base Imponible. 1.7 Sujetos Pasivos. 1.8 Tipos impositivos. 1.9 Deduciones: regla general y regla de la prorrata. 1.10 Devoluciones. 1.11 Ejemplos prácticos con revisión del cumplimiento de las obligaciones formales. Documentos Únicos Aduaneros, Modelos 031□.

(*)Módulo *II. *Fiscalidad das operacións de *prestacións de servizos internacionais	(*)2.1 Introducción .2.2 Lugar de realización das *prestacións de servizos: Regra xeral, regras especiais e investimento do suxeito pasivo. Obrigacións formais.2.3 Exemplos prácticos con especial atención ao cumprimento de obrigacións formais. *Autofacturas.
(*)Módulo *III. Sistema comunitario de *devolución de non establecidos.	(*)3.1 Introducción .3.2 Supostos de aplicación.3.3 Requisitos cuantitativos e *cualitativos para a solicitude de *devoluciónes.3.4 Exemplo práctico con especial atención á solicitude de *devolución de non establecidos: Modelo 361 con obrigacións formais.
(*)Módulo *IV. *Aduanas e Impostos Especiais	(*)4.1 Introducción 4.2 Destinos *Aduaneros 4.3 Feito *Imponible 4.4 Suxeitos Pasivos 4.5 Base *Imponible e tipos *impositivos do *arancel 4.6 Obrigacións formais 4.7 Operacións de Tráfico Internacional con terceiros países: Renda de *Aduanas4.8. Réximes especiais: zonas francas, depósitos francos e outros depósitos, réximes de *perfeccionamiento activo, transformación en *aduana e *importación temporal.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	20	0	20
Resolución de problemas e/ou exercicios	15	0	15
Actividades introductorias	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	2	37	39

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

Metodoloxía docente

	Descripción
Sesión maxistral	(*)Exposición, por parte del profesor, de los conceptos teóricos, ejemplos y casos relacionados con el programa de la asignatura.
Resolución de problemas e/ou exercicios	(*)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	
Sesión maxistral	
Resolución de problemas e/ou exercicios	
Pruebas	Descripción
Resolución de problemas e/ou exercicios	

Avaliación

	Descripción	Calificación
Sesión maxistral	(*)Asistencia participativa a clase	5
Resolución de problemas e/ou exercicios	(*)Realización de los ejercicios y problemas propuestos por los profesores de la asignatura	5
Resolución de problemas e/ou exercicios	(*)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

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

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	Diz Comesaña, María Eva Gonzalez-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Profesorado	Diz Comesaña, María Eva 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	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia. Éste deberá elegir una respuesta de entre varias propuestas.	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			
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 márketing 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 que sigan la evaluación continua, con las adaptaciones que se consideren necesarias en cada caso, y bajo las condiciones siguientes:

Para los alumnos en modalidad presencial: Los alumnos que se acojan a la modalidad presencial deberán asistir a un mínimo del 75% de las horas presenciales para ser considerados asistentes y ser evaluados por evaluación continua. Deberán respetar todos los plazos de entrega de las actividades o ítems evaluables que se indiquen durante el curso para ser evaluados por evaluación continua. De manera general, el incumplimiento de la asistencia requerida o el no respeto de los plazos de entrega de las actividades o ítems evaluables conllevaría el no seguimiento de la evaluación continua, y por ello la imposibilidad de superar la materia por esta vía.

Para los alumnos en modalidad virtual: Los alumnos que sigan la modalidad virtual deberán utilizar la plataforma de teledocencia puesta a su disposición de forma suficientemente asidua para estar al tanto del progreso de la materia.

Deberán respetar todos los plazos de realización y entrega de las actividades o ítems evaluables que se indiquen durante el curso para ser evaluados por evaluación continua. De manera general, el no respeto de los plazos de entrega de las actividades o ítems evaluables conllevaría el no seguimiento de la evaluación continua, y por ello la imposibilidad de superar la materia por esta vía.

Para los alumnos no asistentes o que no superen la materia en el seguimiento de la evaluación continua: Los alumnos que no sigan la modalidad de evaluación continua o que no superen la materia en el seguimiento de la evaluación continua, deberán realizar, entregar y superar todas las actividades o ítems evaluables que se planteen en la materia durante el curso, en el plazo que se determine específicamente para ellos, y deberán además presentarse y superar (obtener una nota mayor o igual a 5 sobre 10) las pruebas de evaluación presencial de la materia que se realizarán en las convocatorias oficiales de la materia.

En todo caso, y para todos los alumnos, de cualquier modalidad (presencial, virtual o no asistentes), es requisito IMPRESCINDIBLE para poder optar a superar la materia el realizar en los plazos marcados todas las actividades o ítems evaluables y obtener una puntuación igual o superior a 4 sobre 10 en todas y cada una de ellas que formarán parte de la evaluación (de manera general cada módulo de la materia constará de uno o más ítems evaluables). En caso contrario se considerará automáticamente la materia como no superada.

Los alumnos no asistentes deberán obtener además una nota mayor o igual a 5 sobre 10 en las pruebas presenciales, para optar a superar la materia. En caso contrario se considerará automáticamente la materia como no superada.

De manera general, para quienes sigan la evaluación continua, la nota final del alumno se obtendrá como resultado de la media ponderada (en función de la carga lectiva estimada) de las notas obtenidas en cada ítem evaluable. Se entenderá superada la materia si dicha nota final es mayor o igual que 5 sobre 10.

Para los alumnos que no superen la materia en el seguimiento de la evaluación continua, o que no sigan dicha modalidad de evaluación continua, la nota final del alumno se obtendrá como resultado de la media aritmética entre: (a) la media ponderada (en función de la carga lectiva estimada) de las notas obtenidas en cada actividad o ítem evaluable a presentar, y (b) la nota obtenida en las pruebas de evaluación presencial de la materia. Se entenderá superada la materia si dicha nota final es mayor o igual que 5 sobre 10. Esto siempre y cuando el alumno haya cumplido las condiciones anteriormente descritas para poder optar a superar 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.,**

Entre otras fuentes de información, se proporcionarán materiales (presentaciones, apuntes, referencias...) como parte de la asignatura.

En todo caso, será también competencia del alumno ampliar dicha información a través de la búsqueda autónoma de información y referencias, que en todo caso podrá contrastar con el profesor.

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	

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

Contidos

Tema	
(*)Procura de emprego	(*)Redacción de *currículum *vitaeAnuncios e convocatorias de *trabajoCartas de solicitud e *respuestaEntrevistas de trabajo
(*)Reunións comerciais	(*)Estrutura e *tiposFunciones do presidente e os *participantesIntervenciones e *interrupcionesConclusiones e tarefas
(*)Negociacións comerciais	(*)*PreparaciónEstrategiasAlternativasResolución de *conflictosAcuerdos
(*)Presentacións profesionais	(*)*PreparaciónIntroducciónDesarrolloConclusión e *recomendacionesPreguntasApoyos *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

	Descripción
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	Descripción
Sesión maxistral	
Prácticas de laboratorio	

Avaliación

	Descripción	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, reuniones, negociaciones o presentaciones.	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 y marketing			
Coordinador/a	Díaz-Becerra Martínez, Ana María			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María			
Correo-e				
Web				
Descripción general				

Competencias de titulación
Código

Competencias de materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resultados previstos en la materia		
Aplicación de los conocimientos y técnicas del comercio internacional en la actividad real		
Conocimiento del ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional		
Hablar bien en público		

Contenidos
Tema
Realización de prácticas en empresa o institución relacionada con el comercio internacional, con al menos 250 horas de duración.
Las prácticas serán tutorizadas por un responsable de la empresa y un profesor del Máster.

Planificación	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Practicum	250	250	500
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	50	50	100
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	Descripción
Practicum	El alumno realiza sus prácticas externas en la empresa o institución asignada por la organización del Máster, a través de un convenio de colaboración firmado por la empresa y la Universidad de Vigo.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Practicum	El alumno podrá resolver sus dudas con el tutor de la empresa en la que realiza sus prácticas y/o con el profesor tutor del Máster.
Pruebas	Descripción

Informes/memorias de prácticas externas o prácticum

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Prácticum	Se valorarán los informes de la empresa y del tutor del Máster sobre la actividad realizada por el alumno durante las prácticas.	30
Informes/memorias de prácticas externas o prácticum	El alumno debe elaborar una memoria de prácticas, siguiendo las indicaciones de los profesores de la materia, que será defendida públicamente. En la evaluación se tendrá en cuenta la estructura de la memoria, la corrección técnica y formal, y la aportación personal del alumno en la aplicación de los conocimientos adquiridos en las restantes materias. También se valorará la presentación y defensa de la memoria. Los alumnos que convaliden esta materia con su actividad profesional deberán elaborar igualmente la memoria de prácticas. Los criterios de evaluación son los mismos que para los restantes alumnos.	70

Otros comentarios sobre la Evaluación

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

Fuentes de información

Para la elaboración de la memoria del prácticum se facilitará a los alumnos esquemas, organización y estructura, criterios de elaboración, y fuentes de información adecuados y actualizados.

Recomendaciones

Otros comentarios

Los alumnos con experiencia laboral podrán convalidar esta materia por su actividad profesional de al menos seis meses realizando tareas relacionadas con el comercio internacional. Se recomienda que el alumno que opte por esta vía lo comunique cuanto antes a los profesores responsables de la materia.

Asimismo se recomienda a los alumnos la máxima flexibilidad en la aceptación de las prácticas propuestas por la organización del Máster. No siempre es posible ofrecer al alumno más de una opción de prácticas.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Trabajo 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	Estatística e investigación operativa Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Vaamonde Liste, Antonio Lopez Vidal, Maria Pilar			
Profesorado	Comesaña Benavides, Fernando Lopez Vidal, Maria Pilar Sandoval Perez, Maria Angeles Vaamonde Liste, Antonio			
Correo-e	vaamonde@uvigo.es mplopez@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.	saber	A11
-Interiorizar os coñecementos adquiridos mediante a integración conceptual, a análise e a aplicación práctica.	saber facer	B1
-Desenvolver unha metodoloxía adecuada para o diagnóstico, a xeración de alternativas e a elección de opcións para a internacionalización de empresas, organizacións ou proxectos.	Saber estar / ser	B2
-Propiciar a toma de decisións activa nun contexto empresarial.		B3
-Favorecer a implicación na posta en marcha de proxectos de internacionalización ou desenvolvendo algún xa existente.		B4
- Estimular o aprendizaxe de proxectos de internacionalización.		B5
		B6
		B7
		B8
		B9
		B10
		B11
		B12
		B13
		B14
		B15
		B17
		B19
		B22
		B23
		B24
		B26

Contidos

Tema

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

Os ámbitos do proxecto poderán centrarse nos seguintes:

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

Planificación

	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

	Descrición
Proxectos	INTRODUCCIÓN: Justificación del traballo Objetivos [identificar] Descrición específica de la metodoloxía 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 análise simple de viabilidade). 3. CONCLUSIONES. Bibliografía. Anexos.

Atención personalizada

Metodoloxías Descrición

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, adxudicación de proxectos. -Presentación de necesidades de información con índice tentativo. - Proposta de fontes.- Seguimento da elaboración da análise. - Seguimento da elaboración do diagnóstico. - Seguimento da elaboración das estratexias. - Seguimento da elaboración de liñas xerais de implantación. - Seguimento 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

	Descrición	Calificación
Proxectos	DESENVOLVEMENTO E ELABORACIÓN DO PROXECTO: (non cumprir prazos implicará unha valoración de cero no apartado correspondente. Rango de avaliación: 0-10) - Proposta e xustificación do proxecto, peso 5% (si o alumno non presenta unha proposta no prazo previsto adxudicaráselle polo profesor un proxecto) - Estrutura e índice tentativo, peso 5% - Elaboración da análise (da contorna e interno, si procede), peso 30% - Elaboración do diagnóstico, peso 20% - Elaboración de estratexias, peso 30% - Elaboración da viabilidade e implantación, peso 10%	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, avaliarase igualmente o seguimento do proxecto (40%), e o 60% da avaliación global corresponderá á Presentación final do proxecto que o alumno entregará nas condicións establecidas polos profesores, e se avaliará de acordo cos criterios establecidos na Presentación final do proxecto (apartado de traballos e proxectos).

Bibliografía. Fontes de información

Durante as sesións lectivas os alumnos recibirán formación sobre acceso a diferentes fontes de datos, documentos, bibliografía, ou fontes actualizadas axeitadas para a realización dos seus proxectos.

Recomendacións
