



## Facultad de Comercio

### GUÍA DOCENTE

#### GUÍA DOCENTE

GUÍA DOCENTE DE LAS TITULACIONES: GRADO EN COMERCIO, MÁSTER EN COMERCIO INTERNACIONAL, MÁSTER EN DIRECCIÓN DE PYMES.

### UBICACIÓN

DIRECCIÓN: CALLE TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

PARA VER LA SITUACIÓN EN EL MAPA PULSE EN EL SIGUIENTE ENLACE O BIEN USE STREETVIEW. PARA ACCESO POR BUS URBANO: VITRASA

FOTOS DEL EDIFICIO CENTRAL DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y DE LA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO A La EEI.)



### INSTALACIONES Y SERVICIOS

Puede consultar esta información en la web del centro: <http://www.fcomercio.es>

### EQUIPO DECANAL

Equipo Decanal de la Facultad de Comercio

### CALENDARIO ESCOLAR

- CALENDARIO ACADÉMICO DEL CURSO DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO
- El Calendario del Curso Académico del Grado en Comercio se puede consultar en la página web: <https://fcomercio.uvigo.es/>

## Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial

**Asignaturas****Curso 1**

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06M101V03101	Economía Internacional	1c	3
V06M101V03103	Contabilidad y Finanzas Internacionales	1c	4.5
V06M101V03104	Gestión de las Operaciones Internacionales	1c	4.5
V06M101V03105	Las TIC en el Comercio Internacional	1c	4.5
V06M101V03106	Inglés Comercial	1c	4.5
V06M101V03107	Dirección Internacional de la Empresa	1c	4.5
V06M101V03201	Derecho Internacional y Contratación	1c	3
V06M101V03202	Márketing Internacional	2c	4.5
V06M101V03203	Fiscalidad Internacional	2c	3
V06M101V03204	Transporte y Logística	2c	3
V06M101V03205	Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio	2c	4.5
V06M101V03206	Comunicación Profesional Internacional	2c	4.5
V06M101V03208	Trabajo de Fin de Máster	2c	6
V06M101V03209	Prácticas Externas	2c	6

<b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>				
<b>Economía Internacional</b>				
Asignatura	Economía Internacional			
Código	V06M101V03101			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Gallego Inglés			
Departamento	Dpto. Externo Economía aplicada Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Rodríguez Méndez, Miguel Enrique			
Profesorado	Martínez Fernández, Jacobo Manuel Pansera , Mario Rodríguez Méndez, Miguel Enrique Valdés Rodríguez, Alba			
Correo-e	miguel.r@uvigo.gal			
Web				
Descripción general	En esta materia se pretende introducir al alumno en aspectos relacionados con la globalización económica y el entorno internacional al que deben enfrentarse las empresas, los distintos aspectos del comercio mundial e internacional, los instrumentos de la política comercial y la Organización Mundial del Comercio, así como la balanza de pagos.			

<b>Resultados de Formación y Aprendizaje</b>	
Código	
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
B2	Capacidad para comunicarse de forma oral y escrita en la propia lengua sobre conceptos técnicos.
C1	Dominio de los conceptos económicos en el entorno internacional para la aplicación de conocimientos y resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

<b>Resultados previstos en la materia</b>	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
El estudiantado será capaz de comunicar ante un público de manera clara y sin ambigüedades los resultados de sus proyectos, así como de sus ideas.	A4 B2 C1 D3
El alumno/a será capaz de entender y comprender el ámbito en el que se desarrolla el comercio internacional.	C1 D3
El alumno/a dominará los conceptos económicos propios de un entorno internacional y será capaz de aplicarlos a la resolución de problemas en un contexto internacional nuevo y poco conocido.	A4 B2 C1 D3

<b>Contenidos</b>	
Tema	
Global Megatrends.	Globalización.  Global Megatrends.  Implicaciones para los países desarrollados y en vías de desarrollo.

Balanza de Pagos y comercio exterior	Balanza de Pagos y comercio exterior de productos y servicios de España y Galicia.  Tendencias y análisis diversos sobre la actualidad; ej. Brexit, USA y proteccionismo, tensiones en la BP y BC españolas producto de la situación global.  Acuerdos de Libre Comercio (OMC/UE). Buenas prácticas comercio exterior. Los diferentes bloques comerciales y los estados nación.
Los impactos negativos de los tratados comerciales internacionales	Los impactos negativos de los tratados comerciales internacionales y sus oponentes (por ejemplo, ALCA, TTIP, TAP, etc.)
Visión Estratégica de la Empresa Gallega.	Crítica al PIB como medida de bienestar (decrecimiento y poscrecimiento) Facilitadores y barreras generales y específicos del sistema empresarial gallego.  Actuaciones estratégicas para impulsar la internacionalización del sistema empresarial gallego.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	12	12	24
Estudio de casos	0	12	12
Resolución de problemas	0	12	12
Trabajo	1	25	26
Examen de preguntas objetivas	1	0	1

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

### Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio con ayuda de diverso material impreso o proyectado
Estudio de casos	Estudio de la situación actual y su repercusión en la actividad de la empresa.
Resolución de problemas	Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del estudiante bajo la supervisión del profesor.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	El profesor responsable de la actividad supervisará el desarrollo de la actividad realizada por cada estudiante individualmente. Además, estará a su disposición para resolver cualquier duda durante el horario de tutorías.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Estudio de casos	Análisis de diferentes situaciones propuestas por el profesor para realizar de forma individual o en grupo.	20	A4	B2	C1	D3
Resolución de problemas	Análisis y solución de los ejercicios propuestos por el profesor durante el curso.	20	A4	B2	C1	D3
Trabajo	Informe breve sobre algunos contenidos del curso	40	A4	B2	C1	D3
Examen de preguntas objetivas	Examen de los contenidos teóricos y prácticos del curso	20			C1	

### Otros comentarios sobre la Evaluación

El sistema de evaluación continua se aplicará a todos los estudiantes. El estudiante podrá darse de baja del sistema de evaluación continua mediante correo electrónico antes de la quinta semana después del inicio de clases.

Los estudiantes que no se presenten a la evaluación continua podrán aprobar la asignatura mediante un examen final específico que representa el 100% de la evaluación final.

Para la segunda convocatoria se aplicarán los criterios anteriores

---

**Fuentes de información**

---

**Bibliografía Básica**

---

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

---

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

---

**Bibliografía Complementaria**

---

---

**Recomendaciones**

---

**Otros comentarios**

---

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

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Contabilidad y Finanzas Internacionales**

Asignatura	Contabilidad y Finanzas Internacionales			
Código	V06M101V03103			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua	#EnglishFriendly			
Impartición	Castellano			
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Martínez Salgueiro, Andrea			
Profesorado	Martínez Salgueiro, Andrea			
Correo-e	andrea.martinez.salgueiro@uvigo.gal			
Web				
Descripción general	La asignatura "Contabilidad y Finanzas Internacionales" tiene por objetivo que el alumnado aprenda a registrar contablemente 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.			
	Materia del programa English Friendly: Los/as estudiantes internacionales podrán solicitar al profesorado: a) materiales y referencias bibliográficas para el seguimiento de la materia en inglés, b) atender las tutorías en inglés, c) pruebas y evaluaciones en inglés.			

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B5	Trabajar en equipo.
C5	Conocimiento de los medios internacionales de financiación y de pago, y de los procedimientos para cobertura de riesgos.
C6	Resolución de problemas de financiación en un entorno de información incompleta o limitada.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Ser capaz de negociar el medio de pago que otorgue la mayor seguridad jurídica a la transacción, que haga viable el negocio internacional y que posibilite la financiación de la operación.	A4 B1 B5 C5 C6
Ser capaz de negociar y formalizar líneas de financiación de exportaciones e importaciones a través de los diferentes productos financieros ofrecidos por las entidades financieras	A4 B1 C5 C6
Ser capaz de cubrir las diferencias de cambio que se puedan producir en las operaciones internacionales, tanto de crédito comercial como de préstamos y créditos en divisas.	A4 B1 B5 C5 C6
Conocer las condiciones y prestaciones de los programas públicos de fomento a la internacionalización, así como ser capaz de visibilizar su aprovechamiento por parte de la empresa y de instrumentar los diferentes programas.	B1 C5 C6
Conocer la normas contables internacionales y saber contabilizar las operaciones de comercio, inversión y financiación internacional, las diferencias de cambio y los precios de transferencia.	B1 C5 C6

**Contenidos**

Tema

INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD EN UN  
CONTEXTO INTERNACIONAL  
LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR

LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

LOS DOCUMENTOS EN EL COMERCIO  
INTERNACIONAL. LOS MEDIOS DE PAGO  
LOS MECANISMOS DE FINANCIACIÓN EN EL  
MERCADO DE DIVISAS  
LOS APOYOS A LA INTERACIONALIZACIÓN

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	11	28.5	39.5
Seminario	5	15	20
Lección magistral	18	18	36
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	15	17

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

### Metodologías

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

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Tiempo dedicado a la resolución de dudas de la materia de un modo grupal; profesorado-alumnado en el aula. El alumnado también tiene la posibilidad de resolver dudas en tutorías individuales.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Resolución de problemas y/o ejercicios	Calificación obtenida por el alumno/a en las pruebas de respuesta corta que planteen los profesores	100 A4	B1 B5	C5 C6

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### 1.- EVALUACIÓN CONTINUA

El alumnado deberá superar todas las pruebas periódicas y realizar todos los trabajos, actividades o ejercicios que proponga el profesorado de la materia a lo largo del curso, el cual computará el 100% de la nota. Concretamente, se realizarán 3 pruebas (con ponderaciones del 20%, 30% y 30%) y un trabajo (con una ponderación del 20%).

#### 2.- EXAMEN FINAL

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

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

Si el alumnado no supera las pruebas, trabajos o actividades pendientes en el examen final, la nota final máxima en la materia será de 4,5.

El alumnado que no opte por la evaluación continua podrá ir sólo al examen final, que tendrá en este caso un peso del 100%.

Nota importante sobre el sistema de evaluación: Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del máster (mcinternacional@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

---

## **Fuentes de información**

### **Bibliografía Básica**

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

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

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

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

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

Cheol S. Eun & Bruce G. Resnick, **International Financial Management**, 978-0-07-786160-5, McGraw Hill, 2014

González Angulo, José Antonio & Garvey, Anne Marie, **Contabilidad Internacional : el IASB y la Unión Europea**, 978-84-16612-99-4, Ediciones Francis LeFebvre, 2016

Quiroga, Claudina, **Finanzas internacionales**, 978-84-94977-15-2, GlobalMarketing, 2020

### **Bibliografía Complementaria**

[https://european-union.europa.eu/index\\_en](https://european-union.europa.eu/index_en), **Página web de la UE**,

<https://www.cnmv.es/portal/home.aspx?lang=es>, **Página web de la CNMV**,

<https://www.efrag.org/>, **Página web del EFRAG**,

<https://www.fasb.org/>, **Página web del FASB**,

<https://accountancyeurope.eu/>, **Página web de Accountancy Europe**,

<https://www.ifrs.org/>, **Página web del IFRS**,

<https://www.icac.gob.es/>, **Página web del ICAC**,

<https://www.iosco.org/>, **Página web del IOSCO**,

<https://www.sec.gov/>, **Página web de la SEC**,

---

## **Recomendaciones**

### **Otros comentarios**

Recomendaciones:

1. Participación activa en las clases.
  2. Preparación de los ejercicios/trabajos propuestos por el profesorado con anterioridad a su resolución en clase.
  3. Revisión de las nociones y conceptos básicos de contabilidad y finanzas antes del comienzo del curso.
-

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Gestión de las Operaciones Internacionales**

Asignatura	Gestión de las Operaciones Internacionales			
Código	V06M101V03104			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Muñoz Dueñas, María del Pilar Rocha Rodríguez, Pablo			
Correo-e	pilar.munoz@uvigo.es			
Web	<a href="http://mcinternacional.uvigo.es/es">http://mcinternacional.uvigo.es/es</a>			
Descripción general	En la materia se pretende dar a conocer al alumno los fundamentos de las operaciones internacionales. En concreto, se trata de proporcionar los conocimientos básicos sobre la gestión de la exportación y la importación, las técnicas y procedimientos que permitan resolver los problemas que se pueden plantear en el ámbito de las operaciones internacionales.			

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B6	Aplicar el conocimiento a la práctica.
C9	Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación.
C10	Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional.
C13	Dominio de la terminología específica (Incoterms).

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación	A2 B1 B6 C9 C10 C13
Conocimiento de las técnicas que permitan analizar, diseñar, planificar, dirigir y realizar las principales operaciones del comercio internacional	A2 B1 B6 C9 C10 C13

**Contenidos**

Tema	
Tema 1. Introducción a la gestión de las Operaciones Internacionales	1.1 Importación, introducción y adquisición intracomunitaria 1.2 Exportación, expedición y entrega intracomunitaria 1.3 Política comercial y contingentes
Tema 2. Grupos geoeconómicos mundiales	2.1 Territorios aduaneros 2.2 Áreas de libre comercio 2.3 Zonas exentas

Tema 3. Gestión aduanera	3.1 Análisis y manejo del TARIC 3.2 Búsquedas de partidas arancelarias 3.3 Arancel 3.4 Documentos de comercio exterior
Tema 4. Regímenes aduaneros económicos	4.1 Régimen temporal 4.2 Régimen de perfeccionamiento activo y pasivo 4.3 Transformación a raya de aduanas 4.4 Tránsito 4.5 Franquicias aduaneras 4.6 Zonas francas, depósitos francos, depósitos aduaneros y depósitos fiscales
Tema 5. Licitaciones públicas internacionales	5.1 Organismos multilaterales de desarrollo 5.2 Licitaciones públicas internacionales 5.3 El proceso de licitación
Tema 6. Las alianzas estratégicas internacionales y sus operaciones	6.1 Acuerdos de cooperación empresarial 6.2 Principales operaciones: joint ventures 6.3 Cooperación internacional: Instituciones multilaterales de desarrollo 6.4 Consideraciones a la contratación internacional: Los servicios internacionales.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajo tutelado	15	14	29
Foros de discusión	0	4	4
Lección magistral	10	10	20
Examen de preguntas objetivas	1	16	17
Resolución de problemas y/o ejercicios	10	25.5	35.5

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

### Metodologías

	Descripción
Trabajo tutelado	Trabajo sobre Licitaciones Públicas Internacionales.
Foros de discusión	Participación en foros abiertos en la plataforma faitic. Pueden ser también foros de aprendizaje que pueden dar o no lugar a un debate.
Lección magistral	Son horas presenciales que solamente implican para los alumnos la participación planteando preguntas y debates. Se trata de ofrecer de forma resumida la teoría necesaria para llevar a cabo las metodologías indicadas anteriormente.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	En el horario de tutorías y/o acordado con el alumno/a.
Trabajo tutelado	En el horario de tutorías y/o acordado con los alumnos. En el horario acordado entre el conferenciante y los alumnos. A través del correo electrónico o faitic.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Trabajo tutelado	Elaborar informes sobre operaciones derivadas de alianzas internacionales (creación de una empresa mixta...) y otras tareas complementarias (política comercial, trabajo LPI y foros)	20	A2 B1 C9 B6 C10 C13
Lección magistral	Foros abiertos na plataforma Moovi sobre resolución de cuestiones planteadas o debates.	10	C9 C10 C13
Examen de preguntas objetivas	Examen oficial de la materia, con preguntas tipo test	30	C9 C10 C13
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de casos prácticos	40	A2 B1 C9 B6 C10 C13

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Los estudiantes que no superaron la materia o no cumplan los requisitos de la evaluación continua deberán aprovechar la segunda oportunidad en julio. Para aprobar la materia en segunda convocatoria, los alumnos deberán entregar los ejercicios solicitados por los profesores y presentarse al examen en la fecha oficial de la convocatoria. Para aprobar esta materia, la nota exigida será, en todas las modalidades y oportunidades, un 5 sobre 10. Cualquier situación de plagio o copia en las actividades entregadas implicará de inmediato un suspenso en la nota final.

---

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

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

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

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

#### **Bibliografía Complementaria**

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

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

---

### **Recomendaciones**

#### **Otros comentarios**

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

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

Asignatura	Las TIC en el Comercio Internacional			
Código	V06M101V03105			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo Informática			
Coordinador/a	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	Alves Martínez, Luís Fernando García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.gal erosello@uvigo.es			
Web	<a href="http://moovi.uvigo.gal">http://moovi.uvigo.gal</a>			
Descripción general				

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B4	Dominio de las TIC relacionadas con el comercio internacional.
B5	Trabajar en equipo.
C14	Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet. Dominio de las operaciones electrónicas, y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos, y estructuras de funcionamiento.
C15	Conocimiento de las distintas aplicaciones de gestión de datos y herramientas informáticas para el comercio electrónico.
C16	Obtención y valoración de información en Internet.
C17	Análisis de software, elección de sistemas y aplicaciones.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento aplicado de los aspectos más relevantes de las tecnologías de la información y las comunicaciones que resultan de utilidad en la actividad profesional en el entorno del comercio internacional. Capacidad para organizar la información en contextos de complejidad baja. Utilizar y valorar fuentes de información en la Red. Conocer los fundamentos de la Web y utilizar herramientas online para el diseño de sitios . Utilizar y valorar soluciones basadas en cloud computing y SaaS de utilidad en la actividad comercial.	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

**Contenidos**

Tema	
1. Introducción a las herramientas informáticas en el comercio internacional.	Las herramientas informáticas y su utilidad en el comercio internacional. Tipos y funciones de las herramientas basadas en TIC.
2. Análisis y tratamiento de datos.	Uso avanzado de hojas de cálculo. Introducción a las bases de datos. Herramientas de presentación de la información.
3. Fundamentos básicos de Internet.	Aspectos técnicos. Correo electrónico. La Web. Búsqueda de información en Internet. Fuentes. Calidad de la información.

4.Herramientas online. Cloud computing. SaaS (Software as a Service).	Herramientas online para el tratamiento de datos y la creación de documentos. Herramientas de soporte al trabajo en grupo en entornos virtuales. Herramientas online para la gestión y el comercio.
5. Seguridad de la información. Herramientas y técnicas de protección de los sistemas informáticos.	Introducción a la seguridad de los sistemas TIC. Técnicas y herramientas básicas.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas	18	37.8	55.8
Prácticas con apoyo de las TIC	10	22.6	32.6
Lección magistral	7	14	21
Examen de preguntas objetivas	1	2.1	3.1

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

### Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas	Realización de trabajos de manera individual o grupal, desarrollados durante las horas presenciales y por el/la estudiante de manera autónoma. Pueden requerir que el/la estudiante tenga que documentarse, reflexionar, analizar casos de estudio y/o resolver problemas. EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: obligatorio EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: obligatorio
Prácticas con apoyo de las TIC	Prácticas con equipo informático guiadas con tutoriales y ejercicios, así como autónomas, usando herramientas TIC.
Lección magistral	Exposición por parte del profesor/a de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante. Lecturas de materiales proporcionados por el profesor.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	El alumnado tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de la plataforma online y otros medios telemáticos, la resolución de problemas, de casos de estudio y debate, y del control regular del trabajo realizado. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, ...) bajo la modalidad de concertación previa. En la medida de lo posible se atenderán estas solicitudes de tutorización no presencial en un plazo máximo de 3 días hábiles.
Pruebas	Descripción
Examen de preguntas objetivas	El alumnado tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de la resolución de problemas, de casos de estudio y debate, y del control regular del trabajo realizado.

### Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

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

### Otros comentarios sobre la Evaluación

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

- El/la estudiante deberá seguir de manera asidua la materia a través de la plataforma online destinada para ello.
- Deberá entregar las actividades evaluables, en el plazo que se estipule para cada una de ellas, y obtener una nota  $\geq 4$  sobre 10 en todas y cada una de ellas.
- Obtener una nota final  $\geq 5$  sobre 10, como resultado de la media ponderada de los items evaluables (las actividades y el examen)
- La realización del examen, que pondera un 10% de la nota, no es obligatoria. En caso de no realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos del cálculo de la nota final.

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

*Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del máster (mcinternacional@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.*

### MODALIDAD de evaluación global.

Los/las estudiantes que no sigan la modalidad de evaluación continua, así como quienes se presenten a las convocatorias de 2ª oportunidad (Julio) u otras convocatorias extraordinarias que puedan establecerse, deberán realizar y entregar, antes de la fecha del examen, todas y cada una de las actividades evaluables que se plantearán en la materia. Y realizar, opcionalmente, el Examen de preguntas objetivas indicado en la sección de Evaluación. En este caso la ponderación será diferente a la de la evaluación continua, calculándose la nota final como:

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

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

Las fechas de exámenes oficiales de las distintas convocatorias serán las publicadas en la página web del Máster: <http://mcinternacional.webs.uvigo.es/>

EN CASO DE DUDA, DISCREPANCIA, ERROR DE TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, U SIMILAR, PREVALECERÁ

## **Fuentes de información**

### **Bibliografía Básica**

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

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

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

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

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

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

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

Anahi Ornelas Ley \* / Maricela López Ornelas, **Calidad de la información en internet**,

Johns Hopkins University, **EVALUATING INFORMATION**,

INTECO-CERT, **RIESGOS Y AMENAZAS EN CLOUD COMPUTING**,

AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS, **GUÍA PARA CLIENTES QUE CONTRATEN SERVICIOS DE CLOUD COMPUTING**,

Carmen Cuesta, Javier Alonso, David Tuesta, Santiago Fernández de Lis, **El desarrollo de la industria del cloud computing: impactos y transformaciones en marcha**,

ENI, **Microsoft® Excel 2016**, 1, ENI, 2016

AIMC, **Navegantes en la Red - Encuesta AIMC a usuarios de Internet**,

EFEEMPRENDE, **Amazon Web Services, la empresa que consigue que los negocios crezcan**,

Carmen Cuesta, Javier Alonso, David Tuesta, Santiago Fernández de Lis, **El desarrollo de la industria del cloud computing: impactos y transformaciones en marcha**, BBVA Research,

Databarracks, **Changes to computer thinking**,

Inés Ramírez Nicolás, **¿QUÉ APORTA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA NUBE?**, eMarket Services Spain,

### **Bibliografía Complementaria**

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

## **Recomendaciones**

### **Asignaturas que continúan el temario**

Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio/V06M101V02205

## **Otros comentarios**

Dado el carácter eminentemente práctico de la materia, basada en el desarrollo de competencias que pueden requerir un cierto entrenamiento en el tiempo, y la consiguiente dificultad de evaluar estas competencias en un único examen, se aconseja vehementemente a l@s alumn@s el seguimiento de la modalidad de evaluación continua.

Orientaciones para el estudio:

- La asistencia a las clases presenciales es importante para los alumnos que opten por esta opción, dado el enfoque metodológico y la realización de actividades grupales.
- La planificación adecuada para el respeto de los plazos de entrega y calendarios de actividades es fundamental para los alumnos virtuales.
- La conexión regular (cada dos días al menos) a la plataforma de teledocencia y la participación en las actividades grupales online se consideran fundamentales para el seguimiento de la materia en la modalidad virtual.

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Inglés Comercial**

Asignatura	Inglés Comercial			
Código	V06M101V03106			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Dpto. Externo Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	Freire Gargamala, Lydia González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	<a href="http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es">http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es</a>			
Descripción general	Esta materia abordará las cuatro destrezas comunicativas en inglés para el comercio internacional así como la importancia de los aspectos culturales en la comunicación			

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
B3	Dominio de lenguas extranjeras aplicadas al comercio.
C18	Conocimiento de los registros específicos del inglés para negocios.
C19	Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
C20	Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
C21	Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
C22	Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público, dominando el lenguaje oral y las estrategias comunicativas y de protocolo, promoviendo el uso de lenguaje inclusivo y no sexista.	A3 B3 C20 C22 D1
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos, incorporando una perspectiva de género.	A3 B3 C18 C19 C21 D1
Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales así como la aplicación práctica en las funciones comunicativas en lengua inglesa	A3 B3 C20 C21 D1
Dominio de la terminología específica y la correcta aplicación y uso en la redacción de textos escritos en inglés.	A3 B3 C18 C19 D1

**Contenidos**

Tema
------

Técnicas de búsqueda y adquisición de vocabulario	1.1. Sistematización del aprendizaje terminológico: sufijos y prefijos, familias léxicas y derivación, combinaciones frecuentes, falso amigos, verbos frasales, ... 1.2. Uso de diccionarios y otros materiales de referencia: tipos, información, búsquedas en la red 1.3. Lenguaje inclusivo y no sexista
Cultura y comunicación	2.1. Concepto de cultura y su influencia en la comunicación 2.2. Comunicación intercultural en el comercio internacional. El valor de la perspectiva de género 2.3. Comunicación verbal y no verbal
Comunicación escrita	3.1. Registro 3.2. Tipologías de textos y documentos comerciales 3.3. Correspondencia: Correos electrónicos, faxes y cartas comerciales. 3.4. Documentos de comercio internacional
Conversaciones telefónicas	4.1. Pronunciación y fluidez. Estructura y fraseología de las conversaciones telefónicas 4.2. Preparación y comprensión oral 4.3. Contacto: mensajes, precios y descuentos, métodos de pago

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	6	12.5	18.5
Prácticas de laboratorio	26	50	76
Portafolio/dossier	0	4	4
Examen de preguntas objetivas	1	0	1
Proyecto	0	2	2
Simulación o Role Playing	0	2	2
Examen de preguntas objetivas	1	2	3
Examen oral	0	2	2
Portafolio/dossier	0	2	2

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

### Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo, los materiales, la bibliografía y la evaluación.
Lección magistral	Presentación de contenidos teórico-prácticos, discusión e instrucciones sobre trabajos y tareas a llevar a cabo.
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Portafolio/dossier	Glosario de términos comerciales. Informe. Actividad de grupo.	15	B3	C18 C19	D1
Examen de preguntas objetivas	Prueba de comprensión oral. Individual.	15	A3	B3 C18 C21	D1
Proyecto	Conflictos culturales: Dilema y decisión. Actividad en parejas. Evaluación por pares.	15	A3	B3 C21 C22	D1
Simulación o Role Playing	Correspondencia comercial. Actividad de grupo.	15	A3	B3 C18 C19 C21	
Examen de preguntas objetivas	Prueba de comprensión oral : Un cliente extranjero. Individual.	15		B3 C18 C21 C22	

Examen oral	Grabación de un mensaje telefónico. Individual.	10	B3	C18 C20 C21
Portafolio/dossier	Interpretación de rasgos no verbales. Individual	15	A3 B3	C21 C22

### Otros comentarios sobre la Evaluación

ESTUDIANTADO DE La MODALIDAD VIRTUAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la entrega puntual de las actividades que se publicarán en la plataforma al comienzo del curso. No se admitirán actividades entregadas con posterioridad a la fecha límite (con un periodo de gracia de 24 horas en el que las actividades se evaluarán como SUSPENSO/APROBADO). Si el alumnado no supera la materia por evaluación continua, deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final

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

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto, foro de Moovi, ...) con cita previa (en la medida de lo posible, se responderá en un plazo máximo de 3 días hábiles).

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

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

**Cross-Cultural Communication**, 1st, Insight Media,

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

Han, Byung-Chul, **Hyperculture**, Polity Press, 2022

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

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

Mascull, Bill, **Business Vocabulary in Use. Advanced**, Cambridge University Press, 2012

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

Trappe, Tonya and Graham Tullis, **Intelligent Business Intermediate**, Pearson, 2005

Trompenaars, Fons and Charles Hampden-Turner, **Riding the Waves of Culture**, McGraw-Hill, 1998

### Recomendaciones

#### Asignaturas que continúan el temario

Comunicación Profesional Internacional/V06M101V03206

### Otros comentarios

El punto de partida recomendado para el correcto seguimiento del curso es un nivel B2 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas. Cualquier estudiante que no alcance el mínimo el comienzo del curso, debe hablar con la profesora para poder superar la materia sin problemas.

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

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Dirección Internacional de la Empresa**

Asignatura	Dirección Internacional de la Empresa			
Código	V06M101V03107			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego Inglés			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando			
Correo-e	pcabanelas@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.faitic.uvigo.es">http://www.faitic.uvigo.es</a>			
Descripción general	Esta materia ofrece una introducción a las características diferenciales que posee la dirección de empresas en un mundo fuertemente internacionalizado. Pretende asentar conceptos, metodologías y aspectos clave en la adaptación a una nueva realidad. Asimismo, favorece un acercamiento a diferentes mercados y cómo esta realidad influye directamente en la forma de hacer negocios.			

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B5	Trabajar en equipo.
C3	Conocimiento de las técnicas de dirección y gestión comercial en un contexto global, de los diferentes mercados, y de las relaciones y estrategias económicas de carácter internacional.
C4	Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales.
C23	Planificación y realización de un proyecto integrado de internacionalización.
D2	Capacidad para comunicarse por oral y por escrito en lengua gallega

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer los principales mercados, así como identificar los mercados potenciales, sus características, sus recursos, sus capacidades, así como a las oportunidades de negocio que tienen asociadas	A2 B5 C3 C4 C23 D2

**Contenidos**

Tema	
Introducción: Oportunidades y Potencialidades del Comercio Internacional	1. Introducción. 2. Por qué la internacionalización?
La función directiva y la planificación estratégica	1. Crisis actual y la internacionalización. 2. La internacionalización de la empresa. 3. Claves para el éxito.
La internacionalización de la empresa	1. La importancia de la marca país. 2. El posicionamiento en el exterior. 3. Estrategia integrada para la internacionalización de la empresa.
Habilidades directivas en los mercados internacionales	1. Conceptos previos. 2. Tipificación de empresas y estilos de dirección.
El entorno internacional de los negocios	1. El contorno en el marketing internacional. 2. Análisis PESTEL.

El plan de internacionalización	1. Actitud y orientación directiva. 2. Proceso de decisión de internacionalización. 3. Plan operativo: estrategias y tácticas para la internacionalización.
Investigación de Mercados Internacionales	1. Introducción. 2. Metodología para la evaluación y análisis de mercados. 3. Investigación de mercados exteriores
Mercados en el mundo	UE, EEUU, China, Brasil, entre otros

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	3	3	6
Debate	15	18	33
Estudio de casos	16	16	32
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	16	17
Examen de preguntas objetivas	1	15	16
Trabajo	0	8.5	8.5

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

### Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de las lecciones de acuerdo con la planificación del curso. Incluye preguntas, debate e intercambio de opinión.
Debate	Foros de discusión y debate en el que los estudiantes tendrán que plantear su consideración razonada sobre los temas planteados por el profesor.
Estudio de casos	Planteamiento de casos reales de empresas internacionalizadas sobre los que han responder los estudiantes de forma individual o en grupo.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Respuesta a dudas específicas que surjan a la hora de resolver el caso.
Pruebas	Descripción
Trabajo	Atención a cuestiones surgidas en proyectos colaborativos.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Lección magistral	Asistencia, actitud, participación en las clases.	0			C3
Debate	Reflexión y debate sobre los temas propuestos por el profesor.	20	A2		C3 C4 C23
Estudio de casos	Resolución de casos de estudio a partir de las pautas expuestas en clase.	25	A2	B5	C3 C4 C23 D2
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conceptos.	5	A2		C3 C4 C23
Examen de preguntas objetivas	Prueba de pregunta tipo test para comprobar el seguimiento.	35			C3 C4 C23
Trabajo	Realización de un trabajo ligado a la internacionalización de la empresa.	15		B5	C3 C4 C23 D2

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia deberán entregar todas las actividades obligatorias.

De no ser así la calificación figurará como no presentado (si no entrega el 20% de las actividades) o suspenso (se supera el 20% de los entregables). En el espacio de Moovi dispondrán la información requerida.

### Convocatoria de julio

Será necesario entregar todas las actividades solicitadas en el curso así como atender una prueba que se podrá responder en Moovi.

---

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

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

#### **Bibliografía Complementaria**

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

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

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

---

### **Recomendaciones**

#### **Asignaturas que continúan el temario**

Márketing Internacional/V06M101V03202

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Derecho Internacional y Contratación**

Asignatura	Derecho Internacional y Contratación			
Código	V06M101V03201			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Derecho privado Dpto. Externo			
Coordinador/a	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Profesorado	Lloves Suarez, Elias Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Correo-e	victoriapicatoste@vento.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Derecho mercantil es una materia que se imparte en el primer cuatrimestre del segundo curso del Grado en Comercio. En ella se examinan, desde una perspectiva jurídica, la figura del empresario en el mercado; su estatuto jurídico, formas de organización jurídica y las normas que rigen su actuación en el mercado. Estos conocimientos permitirán al alumnado apreciar que el mercado es un espacio reglamentado por normas jurídicas, donde actúan sujetos que tienen derechos y asumen obligaciones exigibles ante los tribunales.			

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
B3	Dominio de lenguas extranjeras aplicadas al comercio.
B6	Aplicar el conocimiento a la práctica.
C9	Conocimiento de las operaciones de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riesgos y financiación.
C16	Obtención y valoración de información en Internet.
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)Conocer el marco legal de la actuación de los empresarios en el mercado, de suerte que se sepa insertar y *delimitar la misma dentro del *ordeamento jurídico *vixente.	B6 C9 C16 D3
(*)Manejar, procesar, interpretar y *avaliar la información, documentación y demás instrumentos de orden jurídico que se genere en los diferentes contextos y actividades del comercio.	B3 C9 C16 D3
(*)Saber manejar y acceder a las fuentes de conocimiento básico en el ámbito jurídico, tanto en soporte papel como informático, así como distinguir y saber *emplear la *terminoloxía jurídica utilizadas a *cotío en el ámbito del *tráfego *mercantil.	B3 C9 C16

**Contenidos**

Tema	
I: Introducción a la normativa mercantil. Estatuto jurídico del empresario	1.1. Introducción a la normativa mercantil. 1.2. Fuentes del Derecho Mercantil.
Tema 2. El empresario mercantil.	2.1. Empresa y empresario. 2.2. El empresario individual. 2.3. Publicidad registral y contabilidad del empresario. 2.4. Los colaboradores del empresario

Tema 3. Propiedad industrial y competencia.	3.1. Las creaciones industriales. 3.2. Los signos distintivos de la empresa. 3.3. El Derecho de competencia desleal. 3.4. El derecho de defensa de la competencia. 3.5. La protección contra la publicidad ilícita.
Tema 4. Introducción a las sociedades mercantiles.	4.1. Teoría general de las sociedades mercantiles. 4.2. Las sociedades personalistas
Tema 5. La sociedad anónima (I).	5.1. Concepto y principales características. 5.2. El capital social. 5.3. Fundación de la sociedad. 5.4. La acción.
Tema 6. La sociedad anónima (II).	6.1. La junta general de accionistas. 6.2. Al órgano de administración. 6.3. Las cuentas anuales. 6.4. La modificación de los estatutos. 6.5. Disolución y liquidación.
Tema 7. La sociedad de responsabilidad limitada (I)	7.1. Concepto y principales características. 7.2. Fundación. 7.3. La participación social. 7.4. La transmisión de las participaciones sociales.
Tema 8. La sociedad de responsabilidad limitada (II).	8.1. La junta general de socios. 8.2. El órgano de administración. 8.3. Las cuentas anuales. 8.4. La modificación de los estatutos. 8.5. Disolución y liquidación. 8.6. La sociedad limitada de la Nueva Empresa.
Tema 9. Ladisolución y liquidación en las sociedades anónima y limitada. Las modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles.	9.1. Disolución y liquidación de la sociedad anónima. 9.2. Disolución y liquidación de la sociedad limitada. 9.3. La transformación. 9.4. La fusión. 9.4. La escisión. 9.5. La cesión global del activo y del pasivo.
Tema 10. Títulos valores y contratos mercantiles.	10.1. Introducción a los contratos mercantiles 10.2. Tipología de los contratos mercantiles. 10.3. Introducción a los títulos valores.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	25	46	71
Seminario	4	10	14
Prácticas de laboratorio	18	34	52
Examen de preguntas objetivas	1	4	5
Examen de preguntas objetivas	1	7	8

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

### Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Las sesiones magistrales en las aulas de teoría se dedicarán a la explicación por el profesor de los distintos puntos que integran los contenidos de la asignatura. Su finalidad es proporcionar al alumno una base conceptual que le permita desenvolverse correctamente al afrontar los aspectos jurídicos de la organización y la dinámica de la empresa.
Seminario	En las sesiones de prácticas de seminario se desenvolverán las siguientes actuaciones: facilitar a los alumnos la orientación necesaria para la realización en grupo y bajo la tutoría del profesor los trabajos que se les encomienden; la entrega por el alumno del trabajo por escrito y su exposición oral; el seguimiento por el profesor de los conocimientos adquiridos por los alumnos y la resolución de las dudas que se les planteen.
Prácticas de laboratorio	En las prácticas de laboratorio se plantearán por el profesor supuestos prácticos que deberán ser resueltos por el alumno, bien de forma guiada o bien de forma autónoma. También se realizará el estudio de casos y análisis de situaciones reales.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario	Se resolverán las dudas que surjan en clase o a través de tutorías.
Prácticas de laboratorio	Se resolverán las dudas que surjan en clase o a través de tutorías.

<b>Evaluación</b>						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Seminario	Los alumnos deberán presentar un trabajo por escrito y defenderlo mediante su exposición oral. Se evaluará la estructura y contenido del trabajo, la claridad y capacidad de síntesis en la exposición oral; el grado de comprensión de los conceptos y contenidos expresados. Con el trabajo de seminario se podrá obtener hasta 2 puntos de la nota final.	20	B3 B6	C9	D3	
Prácticas de laboratorio	En las prácticas de laboratorio los alumnos deberán realizar los trabajos prácticos que se les propongan y que versarán sobre la materia impartida en las clases teóricas. Por la resolución de los casos se podrán alcanzar hasta 3 puntos de la nota final.	30	B3	C9 C16	D3	
Examen de preguntas objetivas	Habrán un primer examen parcial liberatorio que consistirá en el planteamiento al alumno de un test formado por diez preguntas de cuatro alternativas donde solamente una será válida. La nota máxima que se podrá conseguir con el primer examen parcial es de 2 puntos. En este examen será preciso obtener como mínimo una calificación de 1 punto (sobre 2) para que a la puntuación alcanzada pueda añadirse la correspondiente a la evaluación continua.	25	B6	C9 C16	D3	
Examen de preguntas objetivas	Habrán un segundo examen parcial liberatorio que consistirá en el planteamiento al alumno de un test formado por diez preguntas de cuatro alternativas donde solamente una será válida. La nota máxima que se podrá conseguir con el primer examen parcial es de 3 puntos. En este examen será preciso obtener como mínimo una calificación de 1,5 puntos (sobre 3) para que a la puntuación alcanzada pueda añadirse la correspondiente a la evaluación continua.	25				

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

En la fecha oficial del examen, los alumnos que no hubiesen superado la materia con la evaluación continua, podrán hacer un examen final de test sobre toda la materia.

Para los alumnos que no superaran la materia en la convocatoria de junio, se les conservará la cualificación obtenida en el seminario y las prácticas de laboratorio en la convocatoria de julio.

Los alumnos que no se acogieran al sistema de evaluación continua, tendrán que hacer un examen final y un caso práctico a resolver. Dicho examen será evaluado sobre 10 puntos, de los que 7 corresponderán al examen y 3 al caso práctico.

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

#### **Bibliografía Complementaria**

Sánchez Calero, Fernando, **Principios de Derecho Mercantil**, Última edición,

Jimenez Sánchez, Guillermo, **Lecciones de Derecho Mercantil**, Última edición,

Menéndez, Rojo, Uría, **Curso de Derecho Mercantil**, Última edición,

Jimenez Sánchez, Guillermo, **Nociones de Derecho Mercantil**, Última edición,

Broseta Pont-Martínez Sanz, **Manual de Derecho Mercantil**, Última edición,

Vicent Chuliá, Francisco, **Introducción al Derecho Mercantil**, Última edición,

Sánchez Calero Guilarte.; Tapia Hermida, A.J. (Directores), **Casos y Materiales de Derecho Mercantil**, Última edición,

AAVV, **Código de Comercio y otras normas mercantiles**, Última edición,

<http://www.westlaw.es>,

<http://eur-lex.europa.eu>,

<http://www.boe.es>,

<http://www.xunta.es/diario-oficial-galicia>,

### **Recomendaciones**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Márketing Internacional**

Asignatura	Márketing Internacional			
Código	V06M101V03202			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Daponte, María del Rocío Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Rodríguez Daponte, María del Rocío			
Correo-e	rocio@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	<a href="http://www.faitic.uvigo.es">http://www.faitic.uvigo.es</a>			
Descripción general				

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
C4	Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales.
C22	Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
C24	Planificación y realización de un proyecto de marketing internacional.
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar los aspectos diferenciales de mercados exteriores respecto al mercado doméstico, y aplicarlo a la toma de decisiones.	A2 B1 C4 C22 C24 D3

**Contenidos**

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

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	16	16	32
Seminario	1	1	2
Debate	6	12	18
Resolución de problemas y/o ejercicios	12	23	35
Examen de preguntas objetivas	1	20	21
Trabajo	0	4.5	4.5

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

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Lección magistral	Exposición de conceptos teóricos y/o prácticos para la comprensión de la materia.
Seminario	Conferencias temáticas desarrolladas por expertos en la materia. Incluye exposición y un turno de discusión entre los asistentes.
Debate	El alumnado deberá de participar en los debates o foros de la materia.

<b>Atención personalizada</b>	
Pruebas	Descripción
Trabajo	Resolución de dudas del alumnado en relación con algún aspecto de la materia (contenido, trabajo y/o prácticas), proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje.

<b>Evaluación</b>						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Debate	Participación en foros o debates sobre la materia.	30 A2	B1	C4	D3	
Resolución de problemas y/o ejercicios	El alumno desarrollara casos prácticos, lecturas o ejercicios sobre temas relacionados con la materia.	40 A2		C4	C22	C24
Examen de preguntas objetivas	Prueba/s para la evaluación de competencias adquiridas. Podrán ser pregunta tipo test, ejercicios, trabajos, etc. para comprobar el seguimiento.	30		C4	C22	C24

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

El MCI sigue un proceso de evaluación continua a través de la plataforma de teledocencia.

Para superar la materia deberán entregar todas las actividades planteadas. En caso contrario figurará coma non presentado.

En el espacio de teledocencia se dará toda la información de la materia.

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

#### **Bibliografía Complementaria**

Cerviño, J., **Marketing internacional. Nuevas perspectivas para un mercado globalizado**, 1ª, Pirámide, 2006

Czinkota, M.; Ronkainen, I., **Marketing internacional**, 10ª, McGraw-Hill, 2013

Pla, J.; León, F., **Dirección de empresas internacionales**, Prentice-Hall, 2014

Cateora, P.R., **Marketing Internacional**, McGrawHill, 2014

García Loma, O., **Marketing Internacional**, Global Marketing Strategies, 2016

### **Recomendaciones**

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Fiscalidad Internacional**

Asignatura	Fiscalidad Internacional			
Código	V06M101V03203			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Dpto. Externo Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Profesorado	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	xmcobas@uvigo.gal pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Conocer y saber liquidar los impuestos vinculados con las actividades internacionales de la empresa general			

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B6	Aplicar el conocimiento a la práctica.
C7	Dominio de los diferentes tributos relacionados con el comercio internacional.
C8	Resolución de problemas prácticos de tributación en las operaciones de comercio internacional.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer las obligaciones fiscales inherentes a la actividad internacional y ser capaz de formalizar las correspondientes declaraciones de impuestos.	A2 B1 B6 C7 C8

**Contenidos**

Tema	
1 Impuesto aduanero	1.1.- Base imponible: ajustes de los artículos 32 y 33 del Código Aduanero Modernizado. 1.2.- Zonas exentas.
2 IVA en las operaciones intracomunitarias de bienes y servicios	2.1.- Conceptos generales sobre el IVA 2.2.- Operaciones exentas 2.3.- Entregas y adquisiciones intracomunitarias de bienes 2.4.- Ventas online en la UE 2.5.- Tributación de los servicios intracomunitarios 2.6.- Recuperación de los IVAS soportados en otros países: modelos 360 y 361 2.7.- Declaración estadística Intrastat

3 IVA en las operaciones con terceros países	3.1.- Exportación de bienes 3.2.- Operaciones asimiladas a las exportaciones 3.3.- Operaciones vinculadas a las exportaciones 3.4.- Tax Free y Duty Free 3.5.- El IVA en las exportación de servicios 3.6.- El IVA en las importación de bienes 3.7.- Operaciones asimiladas a las importaciones 3.8.- Importación por un Estado miembro distinto del país de entrada 3.9.- Depósito distinto del aduanero 3.10.- Modelos liquidatorios
4 Impuestos especiales	4.1. Ámbito de aplicación 4.2. Hecho imponible 4.3. Devengo 4.4. Sujeto pasivo
5 Inversión en el exterior	5.1.- Introducción, ¿qué se busca con la inversión directa en el exterior? 5.2.- Economías de escala ligadas a la internacionalización. 5.3.- Condiciones necesarias para la inversión directa exterior 5.4.- El proceso de internacionalización. ¿Por donde empezar? 5.5.- Factores determinantes para escoger el destino de la inversión en el exterior

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	10	10	20
Resolución de problemas	9	28	37
Foros de discusión	4	5	9
Examen de preguntas objetivas	1	8	9

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

### Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición, por parte del profesorado, de los conceptos teóricos, ejemplos y casos relacionados con el programa de la asignatura.
Resolución de problemas	Resolución de problemas y ejercicios
Foros de discusión	Participación en los foros de discusión propuestos en la plataforma Moovi

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Foros de discusión	Respuesta a dudas sobre vocabulario o comprensión de la temática de la materia
Lección magistral	Resolución dudas individuales
Resolución de problemas	Atención a dificultades de comprensión de los/las estudiantes

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas	Realización de los ejercicios y problemas propuestos por los profesores de la asignatura	40	A2 B1 C7 B6 C8
Foros de discusión	Asistencia participativa en los foros de debate	20	
Examen de preguntas objetivas	Examen oficial de la asignatura con preguntas tipo test	40	

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### 1.- EVALUACIÓN CONTINUA

El/La estudiante deberá superar todas las pruebas periódicas y realizar todas las actividades o ejercicios que proponga el profesorado de la asignatura a lo largo del curso.

#### 2.- EXAMEN FINAL

El/La estudiante que no haya superado o realizado alguna de las pruebas periódicas o alguna de las actividades o ejercicios,

deberá realizar los exámenes finales de la asignatura en las fechas que establezca la comisión académica del master.

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

---

---

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

#### **Bibliografía Complementaria**

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

Arteaga, J., **Manual de internacionalización**, 3ª, ICEX, 2023

---

---

### **Recomendaciones**

#### **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

Gestión de las Operaciones Internacionales/V06M101V03104

<b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>				
<b>Transporte y Logística</b>				
Asignatura	Transporte y Logística			
Código	V06M101V03204			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Dpto. Externo Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Diz Comesaña, María Eva González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Profesorado	Diz Comesaña, María Eva Fernández Sasiain, Francisco José González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Correo-e	evadiz@uvigo.es tgonzalez-portela@uvigo.es			
Web				
Descripción general	DESCRIPCIÓN GENERAL			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización del sistema de logística. El sistema de información logística.</li> <li>- Previsión, planificación y reabastecimiento colaborativo en la cadena de suministro.</li> <li>- Operativo en la cadena de suministro. Racionalización de la cadena de suministro.</li> <li>- Gestión de compras y gestión de stock en empresas de servicios: fundamentos.</li> <li>- El Departamento de Compras. La selección de los proveedores y el proceso de negociación.</li> <li>- Estrategia del sistema de almacenamiento. Diseño del sistema de almacenamiento.</li> <li>- Gestión de almacenes. Agilización de flujos de información y operaciones. Organización del operativo en el almacén.</li> </ul>			

### **Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
C11	Conocimiento de los diferentes medios de transporte y su operativa.
C12	Conocimiento de la logística relacionada con el comercio internacional.
C13	Dominio de la terminología específica (Incoterms).

### **Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Aplicar herramientas de búsqueda, filtrado e interpretación en el área logística.	A2 B1 C11
Establecer objetivos, desarrollar estrategias y planes de acción propios de las actividades de transporte y logística.	A2 C11 C12 C13
Manejar los conocimientos, procesos y técnicas específicas de la gestión logística, asumiendo los efectos de su práctica y las consecuencias de su acción en cualquier contexto de intervención reflexionando sobre sus propios posicionamientos.	C11 C12 C13
Tomar decisiones en la búsqueda de soluciones a los problemas relacionados con la situación del área logística, así como la emisión de los correspondientes informes.	A2 B1

### **Contenidos**

Tema
------

Tema 1: Gestión de stocks	1.1.- Introducción 1.2.- Concepto de Logística 1.3.- La Gestión de Stocks 1.4.- Costes asociados a los Stocks 1.5.- Diseño del modelo de Gestión de Stocks 1.6.- Diseño eficiente y sostenible de los Envases y Embalajes
Tema 2: Nociones generales sobre Transporte	2.1.- Transporte por carretera 2.2.- Transporte por ferrocarril 2.3.- Transporte aéreo 2.4.- Transporte marítimo
Tema 3: El contenedor marítimo	3.1.- Introducción 3.2.- Tipos de Contenedores 3.3.- Logística del Contenedor 3.4.- Costes asociados al transporte de Contenedores
Tema 4: Gestión de compras	4.1.- Introducción 4.2.- Proceso de compra 4.3.- Agentes de compras 4.4.- Relación cliente-proveedor
Tema 5: Logística Lean	5.1.- Introducción 5.2.- Origen y principios fundamentales 5.3.- Enemigos del Lean 5.4.- Stock mínimo 5.5.- Pequeños lotes 5.6.- Resolución de problemas 5.7.- Sistema Kanban 5.8.- Pensamiento Lean en la relación con proveedores y clientes

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	12	12	24
Resolución de problemas	5	10	15
Estudio de casos	5	10	15
Examen de preguntas objetivas	1	10	11
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	9	10

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

### Metodologías

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

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Supervisión por parte del profesor del tema o materia estudiada.
Resolución de problemas	Supervisión por parte del profesor del tema o materia estudiada.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas	Prueba objeto de evaluación continua. Consiste en la resolución de forma individual o en grupo de cuestiones planteadas, guiadas y supervisadas por el profesor sobre la materia. Se evaluará la participación del alumno y la comprensión de la materia.	20	A2	B1	C11 C12 C13
Estudio de casos	Prueba objeto de evaluación continua. Resolución en grupo de casos relacionados con los contenidos de la asignatura bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor. Se evaluará la participación del grupo y la comprensión de la materia.	20	A2	B1	C11 C12 C13

Examen de preguntas objetivas	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia. Éste deberá elegir una respuesta de entre varias propuestas.	30			C11 C12 C13
Resolución de problemas y/o ejercicios	Examen como prueba para evaluar los conocimientos adquiridos por el alumno sobre la materia. La respuesta debe ser breve.	30	A2	B1	C11 C12 C13

### Otros comentarios sobre la Evaluación

La **primera parte de la asignatura** (50% de la nota final de la asignatura), correspondiente a los **temas 1, 2 y 3**, consta de unas actividades obligatorias y evaluables:

- La evaluación del tema 1 (25% de la nota final de la asignatura) consistirá en 2 trabajos.
- La evaluación de los temas 2 y 3 (25% de la nota final de la asignatura) consistirá en 4 cuestionarios y en la participación en los Foros habilitados en la plataforma docente.

Para superar la primera parte es necesario cumplir 2 condiciones: 1) realizar los 2 trabajos, los 4 cuestionarios y participar en los Foros habilitados en la plataforma docente. 2) obtener un mínimo de 5 puntos en cada trabajo, cuestionarios y en los Foros (Escala de 0 a 10 puntos).

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

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

Para aprobar la segunda parte es necesario cumplir dos condiciones: aprobar el examen final y obtener un mínimo de 5 puntos en una escala de 0 a 10 puntos.

En el caso de aprobar el examen, la nota de esta parte resulta de la suma de la nota obtenida en el examen y las notas de las actividades propuestas.

En el caso de no aprobar el examen, la nota de esta parte será el resultado de expresar la puntuación del examen en una escala de 0 a 10 puntos.

**Es necesario y obligatorio aprobar la primera y la segunda parte para superar la asignatura.**

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

- DIZ-COMESAÑA, M.E., **Logística de Compras: Conceptos básicos y gestión de compras**, En Torres (2010),
- FERNÁNDEZ SASIAÍN, FRANCISCO, **Estiba y Trincaje de Mercancías en Contenedor**, Marge Books, 2014
- GARCÍA ARCA, JESÚS; GONZÁLEZ-PORTELA GARRIDO, ALICIA TRINIDAD; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **La mejora en la eficiencia y sostenibilidad de la cadena de suministro mediante el diseño del envase y el embalaje**, Servicio de Publicacións de la Univesidade de Vigo, 2016
- GARCÍA ARCA, JESÚS; GONZÁLEZ-PORTELA GARRIDO, ALICIA TRINIDAD; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **Envases y Embalajes Sostenibles. Retos de diseño en cadenas de suministro globales**, Andavira Editora, 2019
- GARCÍA ARCA, JESÚS; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **El Envase y el Embalaje en el sector alimentario. Sus implicaciones logísticas en el contexto gallego.**, IGAPE; ANFACO, 2006
- GARCÍA, J. y PRADO, J.C., **El Envase y el Embalaje y su relación con la Logística**, Servicio de Publicacións de la Universidad de Vigo, 2005
- JACOBS, F. R. y CHASE, R. B., **Administración de Operaciones. Producción y Cadena de Suministros**, 16ª edición, McGraw-Hill, 2022
- LUSA, A. (Coordinadora), **Guía para el diseño de la cadena de suministro**, 1ª edición, Dextra Editorial, 2022
- PRADO, J.C. y OTROS, **Dirección de Logística y Producción**, Servicio de Publicacións de la Universidad de Vigo, 2000
- SANTOS, J. y OTROS, **Mejorando la producción con lean thinking**, Pirámide, 2015
- TORRES, F.J. (Coord.), **Transporte Marítimo en la Cadena de Suministros**, Andavira Editora, 2010

#### Bibliografía Complementaria

- ANAYA TEJERO, J.J., **Logística Integral. La Gestión Operativa de la Empresa**, ESIC, 2000
- ARIAS ARANDA, D. Y MINGUELA RATA, B. (Coords.), **Decisiones estratégicas de la Dirección de la producción y operaciones**, Pirámide, 2024
- ARIAS ARANDA, D. Y MINGUELA RATA, B. (Coords.), **Dirección de la producción y operaciones. Decisiones operativas**, Pirámide, 2018
- COS, J.P. y DE NAVASCUÉS, R., **Manual de Logística Integral**, Díaz de Santos, 1998

- CUATRECASAS, L., **Organización de la Producción y Dirección de Operaciones: Sistemas actuales de gestión eficiente y competitiva**, Díaz de Santos, 2011
- 
- DANIELS, J.D. y OTROS, **Negocios Internacionales. Ambientes y operaciones**, Pearson, 2013
- 
- ENRIQUEZ DE DIOS, J.J., **Transporte Internacional de Mercancías**, ESIC, 1994
- 
- ESCRIVÁ, J. y SAVALL, V., **Almacenaje de Productos**, McGraw-Hill, 2005
- 
- GARCÍA VILLALOBOS, J. C., **La cadena de suministro (supply chain): Gestión de la logística comercial**, Fundación Universitaria San Pablo CEU, 2021
- 
- GUTIÉRREZ CASAS, G. y PRIDA ROMERO, B., **Logística y Distribución Física**, McGraw-Hill, 1998
- 
- HEIZER, J. y RENDER, B., **Dirección de la Producción y las Operaciones**, Editorial Pearson, Prentice Hall, 2007
- 
- MARCO, J. A., **Logística 5.0**, Almuzara, 2021
- 
- MAULEON, M., **Sistemas de Almacenaje y Picking**, Díaz de Santos, 2003
- 
- MERLI, G., **Gestión de Proveedores. Nuevas Estrategias de Aprovisionamientos para Fabricantes**, TGP Hoshin, 2001
- 
- MIRANDA, F.J. y OTROS, **Manual de Dirección de Operaciones**, Thomson, 2005
- 
- MORA GARCÍA, L. A., **Gestión logística integral. Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento**, 3ª edición, ECOE ediciones, 2023
- 
- PIRES, S., **Gestión de la Cadena de Suministros**, McGraw-Hill, 2007
- 
- ROUX, M., **Manual de Logística para la gestión de Almacenes: las claves para crear o mejorar su Almacén**, Gestión 2000, 2009
- 
- SORET LOS SANTOS, I., **Logística Comercial y Empresarial**, ESIC, 2004
- 
- SORET LOS SANTOS, I., **Logística y Marketing para la Distribución Comercial**, ESIC, 2006
- 
- SORET LOS SANTOS, I., **Logística y Operaciones en la Empresa**, ESIC, 2010
- 
- URZELAI A., **Manual Básico de Logística Integral**, Díaz de Santos, 2006
- 

## Recomendaciones

---

## Otros comentarios

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

---

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

Asignatura	Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio			
Código	V06M101V03205			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo Informática			
Coordinador/a	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	de Prado Losada, Ana María García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.gal erosello@uvigo.es			
Web	<a href="http://moovi.uvigo.gal/">http://moovi.uvigo.gal/</a>			
Descripción general				

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B4	Dominio de las TIC relacionadas con el comercio internacional.
B5	Trabajar en equipo.
C14	Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet. Dominio de las operaciones electrónicas, y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos, y estructuras de funcionamiento.
C15	Conocimiento de las distintas aplicaciones de gestión de datos y herramientas informáticas para el comercio electrónico.
C16	Obtención y valoración de información en Internet.
C17	Análisis de software, elección de sistemas y aplicaciones.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento aplicado de las TIC e Internet en el e-comercio. Conocer, ser capaz de evaluar y planificar el uso de diferentes recursos y herramientas basados en Internet como la Web, herramientas de la Web 2.0, los mercados electrónicos, y los medios de pago electrónicos en el e-comercio.	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

**Contenidos**

Tema	
1. Visión general de las TIC e Internet en el e-comercio.	Las TIC en el e-comercio. El uso de Internet en la actividad comercial.
2. Modelos de e-negocio apoyados por las TIC. Modelos de e-negocio basados en las TIC.	Tipos de modelos de negocio basados en Internet y en el uso intensivo de las TIC.
3. La Web en el e-comercio: diseño, publicidad y posicionamiento en la Red.	Posibilidades de la Web en el e-comercio. E-marketing. Aspectos técnicos.
4. Herramientas basadas en Internet en el e-marketing. Herramientas de análisis.	Análisis de la reputación digital. Análisis de tráfico y seguimiento.

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

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	7	15.6	22.6
Aprendizaje basado en proyectos	28	58.8	86.8
Examen de preguntas objetivas	1	2.1	3.1

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

### Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el/la estudiante.
Aprendizaje basado en proyectos	Los/las estudiantes llevan a cabo la realización de un proyecto o trabajo en un tiempo determinado, para resolver problemas, casos de estudio, o abordar tareas mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades o ítems evaluables. Se realizará generalmente de manera grupal (individual en caso de modalidad de evaluación global).
	EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: obligatorio
	EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: obligatorio

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Aprendizaje basado en proyectos	El alumnado tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases de resolución de problemas, de casos de estudio y debate, y del control regular del trabajo realizado. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, ...) bajo la modalidad de concertación previa. En la medida de lo posible se atenderán estas solicitudes de tutorización no presencial en un plazo máximo de 3 días hábiles.
Pruebas	Descripción
Examen de preguntas objetivas	El alumnado tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases presenciales, estudio de casos, realización de trabajos, y del control regular del trabajo realizado.

### Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

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

#### EVALUACIÓN CONTINUA

Carácter: entrega obligatoria

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

#### EVALUACIÓN GLOBAL

Carácter: entrega obligatoria

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

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

Examen de preguntas objetivas	Consistirá en una prueba escrita donde se deberán contestar preguntas breves y/o tipo test de selección simple o múltiple. Versarán sobre todos los contenidos de la materia. Su realización será opcional.	10	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
-------------------------------	---	----	----	----------	--------------------------

#### EVALUACIÓN CONTINUA Y GLOBAL

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

Nota mínima para optar a superar la materia: no hay

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### MODALIDAD de evaluación continua.

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

- El/la estudiante deberá seguir de manera asidua la materia a través de la plataforma online destinada para ello.
- Deberá entregar las actividades evaluables, en el plazo que se estipule para cada una de ellas, y obtener una nota  $\geq 4$  sobre 10 en todas y cada una de ellas.
- Obtener una nota final  $\geq 5$  sobre 10, como resultado de la media ponderada de los items evaluables (las actividades y el examen)
- La realización del examen, que pondera un 10% de la nota, no es obligatoria. En caso de no realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos del cálculo de la nota final.

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

*Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del máster (mcinternacional@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.*

#### MODALIDAD de evaluación global.

Los/las estudiantes que no sigan la modalidad de evaluación continua, así como quienes se presenten a las convocatorias de 2ª oportunidad (Julio) u otras convocatorias extraordinarias que puedan establecerse, deberán realizar y entregar, antes de la fecha del examen, todas y cada una de las actividades evaluables que se plantearán en la materia. Y realizar, opcionalmente, el Examen de preguntas objetivas indicado en la sección de Evaluación. En este caso la ponderación será diferente a la de la evaluación continua, calculándose la nota final como:

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

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

Para superar la materia se debe obtener una nota final  $\geq 5$  sobre 10, como resultado de la media ponderada de los items

evaluables (las actividades y el examen)

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

Las fechas de exámenes oficiales de las distintas convocatorias serán las publicadas en la página web del Máster: <http://mcinternacional.webs.uvigo.es/>

---

EN CASO DE DUDA, DISCREPANCIA, ERROR DE TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, U SIMILAR, PREVALECERÁ LO ESPECIFICADO EN LA VERSIÓN EN CASTELLANO DE ESTA GUIA DOCENTE.

---

## **Fuentes de información**

### **Bibliografía Básica**

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

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

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

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

Ministerio de Industria, Energía y Turismo, **Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico,**

Rogers, Everett M., **Diffusion of innovations,**

Mark Sweney, **Internet overtakes television to become biggest advertising sector in the UK,**

Joseba Carricas, **Las TIC en mi empresa. Cuestión de estrategia,**

Javier Godoy, **SOCIAL MEDIA DE 3ª GENERACIÓN,** Mind Your Social Media y Mind Your Group, 2012

ditrendia, **Informe Mobile en España y en el Mundo 2015,** ditrendia, 2016

PwC e IE Business School, **Los medios de pago, un paisaje en movimiento,** PwC e IE Business School, 2015

Villanueva, J. et al, **Los blogs corporativos: una opción, no una obligación,** EB-Center y PwC, 2007

Fundación Orange, **La transformación digital en el sector retail. Casos de éxito,** Fundación Orange,

Fundación Orange, **La transformación digital en el sector retail,** Fundación Orange,

Lluís Cugota, **COMERCIO EXTERIOR E INTERNET,** Infonomía,

Vise, David A., **La Historia de Google : los secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo,** 1, Madrid : La Esfera de los Libros,, 2006

Moore, Geoffrey A., **Cruzando el abismo : cómo vender productos disruptivos a consumidores generalistas,** 1, Gestión 2000, 2015

Stone, Brad, **The Everything store : Jeff Bezos and the age of Amazon,** 1, Corgi Books, 2014

Bertrand Belvaux, Jean-François Notebaert, **Crosscanal et omnicanal : la digitalisation de la relation client,** 1, Dunod, 2015

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, **Marketing 4.0 : moving from traditional to digital,** 1, John Wiley & Sons, 2017

Lashinsky, Adam, **Inside Apple,** 1, John Murray, 2012

Flynt, Oscar, **FinTech: understanding financial technology and its radical disruption of modern finance,** 1, Createspace Independent Publishing Platform, 2016

Marr, Bernard, **Data strategy : how to profit from a world of big data, analytics and the internet of things,** 1, Kogan Page, 2017

### **Bibliografía Complementaria**

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

## **Recomendaciones**

### **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

Las TIC en el Comercio Internacional/V06M101V02105

### **Otros comentarios**

Dado el carácter eminentemente práctico de la materia, basada en el desarrollo de competencias que pueden requerir un cierto entrenamiento en el tiempo, y la consiguiente dificultad de evaluar estas competencias en un único examen, se aconseja vehementemente a l@s alumn@s el seguimiento de la modalidad de evaluación continua.

Orientaciones para el estudio:

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

- La planificación adecuada para el respeto de los plazos de entrega y calendarios de actividades es fundamental para los alumnos virtuales.

- La conexión regular (cada dos días al menos) a la plataforma de teledocencia y la participación en las actividades grupales online se consideran fundamentales para el seguimiento de la materia en la modalidad virtual.

---

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Comunicación Profesional Internacional**

Asignatura	Comunicación Profesional Internacional			
Código	V06M101V03206			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 4.5	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Dpto. Externo Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	Domínguez Viso, Muriel Carmen González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	<a href="http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es">http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es</a>			
Descripción general	Esta es una materia de inglés para fines específicos en el campo del comercio internacional. Hay un especial énfasis en los aspecto comunicativos orales y las microdestrezas profesionales.			

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
B3	Dominio de lenguas extranjeras aplicadas al comercio.
C13	Dominio de la terminología específica (Incoterms).
C18	Conocimiento de los registros específicos del inglés para negocios.
C19	Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
C20	Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
C21	Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público, dominando el lenguaje oral y las estrategias comunicativas y de protocolo, Hablar bien en público, dominando el lenguaje oral y las estrategias comunicativas y de protocolo, prestando atención al uso inclusivo y no sexista de la lengua.	A3 B3 C20 C21 D1
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos, incorporando la perspectiva de género.	A3 B3 C18 C19 C21 D1
Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales así como la aplicación práctica en las funciones comunicativas en lengua inglesa	A3 B3 C13 C20 C21 D1
Dominio de la terminología específica y la correcta aplicación y uso en la redacción de textos escritos en inglés.	A3 B3 C13 C18 C19 D1

<b>Contenidos</b>	
Tema	
1. Job search	1.1. CV. Structure, type, blind CV 1.2. Cover and application letters 1.3. Job advertisements 1.4. Job interviews 1.5. Gender and diversity
2. Professional presentations: Presenting with impact	2.1. Prepare 2.2. Practice 2.3. Perform 2.4. Inclusive, non-sexist language
3. Meetings	3.1. Participating in meetings 3.2. Formal meetings 3.3. Informal meetings 3.4. Networking 3.5. Non-sexist, inclusive language
4. Negotiations	4.1. Preparing to negotiate 4.2. Bargaining 4.3. Dealing with conflict 4.4. International negotiations. Culture, gender and diversity

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	10	18	28
Prácticas con apoyo de las TIC	24	48.5	72.5
Trabajo	0	2	2
Examen oral	0	1	1
Examen de preguntas objetivas	0	1	1
Examen de preguntas objetivas	0	1	1
Examen de preguntas objetivas	0	1	1
Presentación	0	4	4

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

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo, los materiales, la bibliografía y la evaluación.
Lección magistral	Presentación de contenidos teórico-prácticos, discusión e instrucciones sobre trabajos y tareas a llevar a cabo.
Prácticas con apoyo de las TIC	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Prácticas con apoyo de las TIC	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo

<b>Evaluación</b>						
	Descripción	Calificación		Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajo	Búsqueda de empleo: documento escrito (revisión por pares)	15	A3	B3	C18 C19 C21	D1
Examen oral	Reuniones: expresión oral	15	A3	B3	C18 C20 C21	D1
Examen de preguntas objetivas	Reuniones: vocabulario	15	A3	B3	C19 C21	D1
Examen de preguntas objetivas	Negociaciones: comprensión oral	15	A3	B3	C13 C18 C21	D1

Examen de preguntas objetivas	Negociaciones: vocabulario	15	A3	B3	C18 C19 C21	D1
Presentación	Presentación final	25	A3	B3	C20 C21	D1

### Otros comentarios sobre la Evaluación

ESTUDIANTADO DE LA MODALIDAD VIRTUAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la entrega puntual de las actividades que se publicarán en la plataforma al comienzo del curso. No se admitirán actividades entregadas con posterioridad a la fecha límite (con un periodo de gracia de 24 horas en el que las actividades se evaluarán como SUSPENSO/APROBADO). Si el alumnado no supera la materia por evaluación continua, deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final

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

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto, foro de Moovi, ...) con cita previa (en la medida de lo posible, se responderá en un plazo máximo de 3 días hábiles).

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Inglés Comercial/V06M101V03106

#### Otros comentarios

El punto de partida recomendado para el correcto seguimiento del curso es un nivel B2 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas. Cualquier estudiante que no alcance el mínimo el comienzo del curso, debe hablar con la profesora para poder superar la materia sin problemas.

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

**DATOS IDENTIFICATIVOS****Trabajo de Fin de Máster**

Asignatura	Trabajo de Fin de Máster			
Código	V06M101V03208			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 1	Cuatrimestre 2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli García Rosello, Emilio			
Profesorado	García Rosello, Emilio González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	<a href="http://faitic.uvigo.es/index.php/es/">http://faitic.uvigo.es/index.php/es/</a>			
Descripción general	El trabajo fin de máster es una materia en la que el alumnado debe demostrar su madurez intelectual y su capacidad para integrar conocimientos, aptitudes y habilidades. Debe responder a criterios de calidad y rigor, por lo que se seguirá una metodología específica sugerida por el profesorado que permita identificar adecuadamente las necesidades de información y la selección de fuentes, el tratamiento de datos y la presentación de resultados conforme se exigen desde el máster y como paso previo a los retos de profesionales futuros.			

**Resultados de Formación y Aprendizaje**

Código	
A1	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B2	Capacidad para comunicarse de forma oral y escrita en la propia lengua sobre conceptos técnicos.
C23	Planificación y realización de un proyecto integrado de internacionalización.
C24	Planificación y realización de un proyecto de marketing internacional.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D2	Capacidad para comunicarse por oral y por escrito en lengua gallega
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

**Resultados previstos en la materia**

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Desarrollar una metodología adecuada para el diagnóstico, la generación de alternativas y la elección de opciones para la internacionalización de empresas, organizaciones o proyectos.	A1 A2 A3 A4 A5 B2 C23 C24 D1 D2 D3

Propiciar la toma de decisiones activa en un contexto empresarial. Estimular el emprendizaje de proyectos de internacionalización.

A1  
A2  
A3  
A4  
A5  
B2  
C23  
C24  
D1  
D2  
D3

Favorecer la implicación en la puesta en marcha de proyectos de internacionalización o desarrollando alguno ya existente.

A1  
A2  
A3  
A4  
A5  
B2  
C23  
C24  
D1  
D2  
D3

### Contenidos

#### Tema

Los contenidos del proyecto podrán desarrollarse No procede en cualquier actividad que implique internacionalización, en particular aquellas que impliquen alianzas o cooperación. Los ámbitos del proyecto podrán centrarse en los siguientes temas:

- Exportación/importación o comercialización de productos o servicios.
- Adquisición o venta internacional de tecnologías o desarrollo de proyectos internacionales que impliquen acciones consolidadas de I+D.
- Acuerdos de distribución y de cooperación con agentes internacionales.
- Producción, distribución, elaboración de productos o servicios en el exterior.
- Acuerdos de cooperación entre organizaciones que impliquen acciones en el campo global o internacional.
- Otras propuestas que impliquen internacionalización directa o inversa.

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajo tutelado	2	20	22
Aprendizaje basado en proyectos	1	96	97
Trabajo	1	30	31

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

### Metodologías

	Descripción
Trabajo tutelado	El trabajo autónomo será supervisado por la persona tutora asignada desde la coordinación de la materia. Esta asignación puede derivar de un acuerdo entre alumnado y profesorado, o desde la coordinación de la materia por la cercanía temática.

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

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Aprendizaje basado en proyectos	Sesiones comunes de orientación y tutoría individual.
Trabajo tutelado	Atención de la persona tutora a la evolución del trabajo. La coordinación de la materia informará de las fechas y procedimientos.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
			A1	A2	A3	A4
Trabajo tutelado	INFORME ELABORADO POR LA PERSONA TUTORA.	30	B2	C23	D1	
				C24	D2	
					D3	
Aprendizaje basado en proyectos	DESARROLLO Y ELABORACIÓN DEL PROYECTO.	40	B2	C23	D1	
				C24	D2	
					D3	
Trabajo	PRESENTACIÓN FINAL DEL PROYECTO	30	B2	C23	D1	
				C24	D2	
					D3	

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Importante: Cualquier evidencia de plagio implicará una calificación de suspenso.

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

### Recomendaciones

#### Otros comentarios

Se recomienda el uso del lenguaje inclusivo en el trabajo y la presentación.

El TFM puede escribirse en gallego, español o inglés, si así se acuerda con la persona tutora.

En la bibliografía se seguirá el modelo APA incorporando el nombre completo de la autoría para visibilizar el número de mujeres y hombres.

<b>DATOS IDENTIFICATIVOS</b>				
<b>Prácticas Externas</b>				
Asignatura	Prácticas Externas			
Código	V06M101V03209			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	García Rosello, Emilio			
Profesorado	Monteagudo Cabaleiro, Antonio			
Correo-e	erosello@uvigo.es			
Web	<a href="http://faitic.uvigo.es/index.php/es/">http://faitic.uvigo.es/index.php/es/</a>			
Descripción general	Esta materia está asociada al período de prácticas que debe realizar el alumnado del máster de comercio internacional.			

<b>Resultados de Formación y Aprendizaje</b>	
Código	
B1	Capacidad para resolver problemas de gestión.
B5	Trabajar en equipo.
B6	Aplicar el conocimiento a la práctica.
C25	Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.
D2	Capacidad para comunicarse por oral y por escrito en lengua gallega
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.

<b>Resultados previstos en la materia</b>	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Mejorar las presentaciones en público y el trabajo en equipo	B1 B5 B6 C25 D1 D2 D3

<b>Contenidos</b>
Tema
Realización de prácticas en empresa o institución 1. Análisis de la situación de la empresa. relacionada con el comercio internacional, con al 2. Identificación de actividades desarrolladas. menos 150 horas de duración.
Las prácticas serán tutorizadas por un/a responsable de la empresa y un/a profesor/a del Máster.

<b>Planificación</b>			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticum, Practicas externas y clínicas (Repetida no usar)	0	150	150

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

<b>Metodologías</b>

	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas (Repetida no usar)	El alumnado realiza sus prácticas externas en la empresa o institución aceptada por la organización del Máster, a través de un convenio de colaboración firmado por la empresa y la Universidad de Vigo. El procedimiento para la realización de las prácticas externas se rige por el Reglamento de Prácticas Académicas Externas del Alumnado de la Universidad de Vigo y del Máster en Comercio Internacional. El/la estudiante realizará una estancia en una empresa desarrollando funciones propias de la titulación y del perfil profesional y elegido.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticum, Practicas externas y clínicas (Repetida no usar)	- El/la alumno/a tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada por parte de los/las tutores/as de la empresa y del Máster. Las tutorías con el profesorado se realizarán, preferentemente, por medios telemáticos: correo electrónico o a través del despacho personal del profesorado en el campus remoto de la universidad.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Prácticum, Practicas externas y clínicas (Repetida no usar)	Se valorarán los informes del/la tutor/a la empresa y del/la tutor/a del Máster sobre la actividad realizada por el alumno/a durante las prácticas (60%).	100	B1	C25	D1
	Se valorará la memoria de prácticas elaborada por el/la alumno/a (40%)		B5		D2
			B6		D3

### Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado que quiera realizar prácticas puede optar por dos posibilidades:

- 1) Encontrar una empresa que acepte establecer un convenio (en caso de que no lo tuviera) para acoger al/la estudiante para el periodo de prácticas, asegurándose de que realizará tareas relacionadas con el comercio internacional. Someterá la propuesta al coordinador/a de prácticas del Máster que evaluará la pertinencia y adecuación de dichas prácticas.
- 2) Entregar su Currículum Vitae en cuanto se lo exija el coordinador/a de prácticas del Máster, para que se pueda transmitir dicho CV a las empresas colaboradoras del Máster. El/la coordinador/a de prácticas del Máster propondrá al/la estudiante unas prácticas que considere adecuadas. En caso de rechazarlas sin motivos justificados a juicio de la coordinación de la materia, quedará a responsabilidad del/la estudiante encontrar otras prácticas (ver punto 1 anterior)

El alumnado que posea experiencia profesional previa en el ámbito del comercio internacional, certificada por la empresa en la que las realizó y ratificada por una vida laboral o similar, puede solicitar la valoración de esta experiencia para su posible reconocimiento como prácticas. Asimismo debe entregar la memoria final que será el elemento utilizado para calificar la materia.

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

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

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

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

### Recomendaciones