



(*)Facultade de Comercio

TEACHING GUIDE

TEACHING GUIDE

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

LOCATION

ADDRESS: TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

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

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



FACILITIES AND SERVICES

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

Direction team

Management Team for the Faculty of Commerce

SCHOOL CALENDAR

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

Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial

Subjects			
Year 1st			
Code	Name	Quadmester	Total Cr.
V06M101V03101	International Economy	1st	3
V06M101V03103	Accounting and International Finances	1st	4.5
V06M101V03104	Management of International Operations	1st	4.5
V06M101V03105	ICTs in International Trade	1st	4.5
V06M101V03106	Commercial English	1st	4.5
V06M101V03107	International Business Management	1st	4.5
V06M101V03201	International Law and Procurement	1st	3
V06M101V03202	International Marketing	2nd	4.5
V06M101V03203	International Taxation	2nd	3
V06M101V03204	Transport and Logistics	2nd	3
V06M101V03205	New ICTs in E-commerce	2nd	4.5
V06M101V03206	International Professional Communication	2nd	4.5
V06M101V03208	Final Year Dissertation	2nd	6
V06M101V03209	Internships	2nd	6

IDENTIFYING DATA				
International Economy				
Subject	International Economy			
Code	V06M101V03101			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1st	1st
Teaching language	Galician English			
Department				
Coordinator	Rodríguez Méndez, Miguel Enrique			
Lecturers	Martínez Fernández, Jacobo Manuel Pantera , Mario Rodríguez Méndez, Miguel Enrique Valdés Rodríguez, Alba			
E-mail	miguel.r@uvigo.gal			
Web				
General description	The aim of this course is to introduce the student to aspects related to economic globalization and the international environment that companies must face, the different aspects of world and international trade, the instruments of trade policy and the World Trade Organization, as well as the balance of payments.			

Training and Learning Results	
Code	
A4	Students can communicate their conclusions, and the knowledge and rationale underpinning these, to specialist and non-specialist audiences clearly and unambiguously.
B2	Ability to communicate orally and in writing in one's own language about technical concepts.
C1	Mastery of economic concepts in the international environment for the application of knowledge and problem solving in a new and unfamiliar international context.
D3	Sustainability and environmental commitment. Equitable, responsible and efficient use of resources.

Expected results from this subject	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
New	A4 B2 C1 D3
New	C1 D3
New	A4 B2 C1 D3

Contents	
Topic	
Global Megatrends.	Globalization. Global Megatrends.
Balance of Payments and international trade	Implications for developed and developing countries. Balance of Payments and international trade of products and services of Spain and Galicia. Trends and diverse analyses on the actuality; ej. Brexit, USES and protectionism, tensions in the BP and Spanish BC product of the global situation.

Other elements of the international trade.

Agreements of Free Trade (OMC/UE).

Good practices.

The different commercial blocks and the states nation.

Strategic vision of the Galician Company.

Strategic issues for pursuing the internationalization of the galician business system.

Planning

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

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

Methodologies

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

Personalized assistance

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

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results			
Case studies	Analysis of different situations proposed by the professor to solve individually or in group.	20	A4	B2	C1	D3
Problem solving	Analysis and solution of the exercises proposed by the professor during the course.	20	A4	B2	C1	D3
Essay	Brief report on specific contents of the course	40	A4	B2	C1	D3
Objective questions exam	Examen theoretical and practical contents of the course	20			C1	

Other comments on the Evaluation

The continuous evaluation system will be applied to all students. A student may renounce by email to the continuous evaluation system before the 5th week after classes have started.

Students who did not follow the continuous assessment can pass the subject through a specific final exam representing 100% of the final evaluation.

For the second call, the previous criteria will apply.

Sources of information

Basic Bibliography

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

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

Complementary Bibliography

Recommendations

Other comments

This student guide anticipates the lines of action that must be carried out with the student in the course, but it is conceived in a flexible way. Consequently, it may require readjustments throughout the academic year promoted by the dynamics of the class and the group of recipients or by the relevance of the situations that may arise. Likewise, students will be provided with the information and specific guidelines that are necessary at each moment of the training process.

IDENTIFYING DATA				
Accounting and International Finances				
Subject	Accounting and International Finances			
Code	V06M101V03103			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1st	1st
Teaching language	#EnglishFriendly Spanish			
Department				
Coordinator	Martínez Salgueiro, Andrea			
Lecturers	Martínez Salgueiro, Andrea			
E-mail	andrea.martinez.salgueiro@uvigo.gal			
Web				
General description	The course "Accounting and International Finance" aims to teach students how to record operations related to international activities from an accounting perspective, understand the characteristics of the collection and payment methods that facilitate international transactions, and become familiar with the available resources to mitigate the inherent risks of international business. These risks include exchange rate fluctuations, customer or country insolvency, and risks arising from asymmetric information, among others.			
	English Friendly subject: International students may request from the teachers: a) resources and bibliographic references in English, b) tutoring sessions in English, c) exams and assessments in English.			

Training and Learning Results	
Code	
A4	Students can communicate their conclusions, and the knowledge and rationale underpinning these, to specialist and non-specialist audiences clearly and unambiguously.
B1	Ability to solve management problems.
B5	Working in a team.
C5	Knowledge of international means of financing and payment, and of the procedures for risk coverage.
C6	Solving financing problems in an environment of incomplete or limited information.

Expected results from this subject	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
To be able to negotiate the method of payment that provides the greatest legal security for the transaction, makes the international business feasible, and enables the financing of the operation.	A4 B1 B5 C5 C6
To be able to negotiate and formalize lines of financing for exports and imports through the various financial products offered by financial institutions.	A4 B1 C5 C6
To be able to hedge against exchange rate differences that may occur in international operations, including both trade credit and loans and credits in foreign currencies.	A4 B1 B5 C5 C6
To understand the conditions and benefits of public programs promoting internationalization, as well as to be able to leverage them for the company and implement the various programs.	B1 C5 C6
To understand international accounting standards and know how to account for trade, investment, and international financing operations, as well as exchange rate differences and transfer pricing.	B1 C5 C6

Contents	
Topic	

Planning			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Problem solving	11	28.5	39.5
Seminars	5	15	20
Lecturing	18	18	36
Problem and/or exercise solving	2	15	17

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

Methodologies	
	Description
Problem solving	Students solve exercises or cases presented by the teacher, under the supervision of the teacher.
Seminars	Students attend workshops, seminars, or conferences given by experts in the field.
Lecturing	The teacher presents theoretical and practical content related to the subject.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Lecturing	Time dedicated to addressing questions about the subject in a group setting; faculty-student interactions in the classroom. Students also have the opportunity to resolve doubts in individual tutoring sessions.

Assessment		Qualification	Training and Learning Results
	Description		
Problem and/or exercise solving	Grade obtained by the student in short-answer tests proposed by the professors	100	A4 B1 B5 C5 C6

Other comments on the Evaluation

1.- CONTINUOUS ASSESSMENT

Students must pass all periodic tests and complete all assignments, activities, or exercises proposed by the course instructor throughout the semester, which will account for 100% of the grade. Specifically, there will be 3 exams (with weights of 20%, 30%, and 30%) and one assignment (with a weight of 20%).

2.- FINAL EXAM

Students who have not passed or completed any of the periodic tests or any assignments, activities, or exercises must take the final exams for the course on the dates established by the master's academic committee.

In these exams, they must submit any pending assignments or activities and complete the tests not passed during the semester, while retaining the grades of the passed tests and completed assignments or activities from the semester. The final grade will be calculated exclusively based on the grades obtained in the tests, activities, and assignments.

If students do not pass the pending tests, assignments, or activities in the final exam, the maximum final grade in the course will be 4.5.

Students who do not choose continuous assessment can opt only for the final exam, which in this case will have a weight of 100%.

Important note on the assessment system: After one month from the start of the semester, students will have a period of 10 working days to formally and in writing express their intention to opt for the global assessment system in the regular call of that semester, thus renouncing continuous assessment. To do this, they must send an email to the course instructor, with a copy to the master's coordinator (mcinternacional@uvigo.es). If this intention is not expressed, it is understood that the student follows continuous assessment, renouncing the global assessment in the regular call of that semester.

Sources of information

Basic Bibliography

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

various, **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

Complementary Bibliography

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**,

Recommendations

Other comments

Recommendations:

1. Active participation in classes.
2. Preparation of exercises/assignments proposed by the instructor prior to their resolution in class.
3. Review of basic accounting and finance concepts before the start of the course.

IDENTIFYING DATA				
Xestión das Operacións Internacionais				
Subject	Xestión das Operacións Internacionais			
Code	V06M101V03104			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán			
Department	Dpto. Externo Economía financeira e contabilidade			
Coordinator	Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Lecturers	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Muñoz Dueñas, María del Pilar Rocha Rodríguez, Pablo			
E-mail	pilar.munoz@uvigo.es			
Web	http://mcinternacional.uvigo.es/es			
General description	Na materia preténdese dar a coñecer o alumno os fundamentos das operacións internacionais. En concreto, trátase de proporcionar os coñecementos básicos sobre a xestión da exportación e importación, as técnicas e procedementos que permitan resolver os problemas que se poden plantexar no ámbito das operacións internacionais.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Resultados previstos na materia

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

Contidos

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

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

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Traballo tutelado	15	14	29
Foros de discusión	0	4	4
Lección maxistral	10	10	20
Exame de preguntas obxectivas	1	16	17
Resolución de problemas e/ou exercicios	10	25.5	35.5

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

Metodoloxía docente	
	Description
Traballo tutelado	Traballo sobre Licitacións Públicas Internacionais.
Foros de discusión	Participación en foros abertos na plataforma faitic. Poden ser tamén foros de aprendizaxe que poden dar ou non lugar a un debate.
Lección maxistral	Son horas presenciais que soamente implican para os alumnos a participación expondo preguntas e debates. Trátase de ofrecer de forma resumida a teoría necesaria para levar a cabo as metodoloxías indicadas anteriormente.

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

Avaliación		Qualification	Training and Learning Results		
	Description				
Traballo tutelado	Elaborar informes sobre operacións derivadas de alianzas internacionais (creación dunha empresa mixta...) e outras tarefas complementarias (política comercial, traballo LPI e foros)	20	A2	B1 B6	C9 C10 C13
Lección maxistral	Foros abertos na plataforma Moovi sobre resolución de cuestións plantexadas ou debates.	10			C9 C10 C13
Exame de preguntas obxectivas	Exame oficial da materia, con preguntas tipo test	30			C9 C10 C13
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resolución de casos prácticos	40	A2	B1 B6	C9 C10 C13

Other comments on the Evaluation

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

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

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

Recomendacións

Other comments

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

IDENTIFYING DATA				
As TIC no Comercio Internacional				
Subject	As TIC no Comercio Internacional			
Code	V06M101V03105			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán			
Department	Dpto. Externo Informática			
Coordinator	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Lecturers	Alves Martínez, Luís Fernando García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
E-mail	jdacosta@uvigo.gal erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal			
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Resultados previstos na materia

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

Contidos

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

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

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

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

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

Avaliación		Qualification	Training and Learning Results		
	Description				
Resolución de problemas	Exporanse ao longo do curso 4 actividades avaliábeis e de entrega obrigatoria cuxa ponderación dentro a materia serán de: 20%, 25%, 25% e 20% (total 90%) Estas actividades realizaranse de maneira individual ou grupal, e consistirán na realización de traballos, exercicios, resolución de problemas, análises de casos e presentacións. Requirirase un mínimo de 4 puntos sobre 10 en cada actividade para optar a superar a materia. AVALIACIÓN CONTINUA Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades A ponderación de cada actividade nesta modalidade será de 15%,20%,20% e 15% (total 70%). Véxase o apartado "Outros comentarios sobre a Avaliación"	90	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17

Exame de preguntas obxectivas	Proba escrita onde se deberán contestar preguntas breves e/ou tipo test de selección simple ou múltiple. Versarán sobre todos os contidos da materia. AVALIACIÓN CONTINUA E GLOBAL Carácter: realización opcional. En caso de non realizarse, computará coa nota 0 á hora de calcular a cualificación global Nota mínima para optar a superar a materia: non hai	10	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
-------------------------------	---	----	----	----------	--------------------------

Other comments on the Evaluation

MODALIDADE de evaluación continua.

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

- O/a estudante deberá seguir de maneira asidua la materia a través da plataforma online destinada para elo.
- Deberá entregar as actividades avaliadas, no prazo que se estipule para cada unha delas, e obter unha nota ≥ 4 sobre 10 en todas e cada unha delas.
- Obter unha nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado da media ponderada dos items avaliados (as actividades e o exame)
- A realización do exame, que pondera un 10% da nota, non é obrigatoria. En caso de non realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos do cálculo da nota final.

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

Unha vez superado o prazo dun mes desde o comezo do cuadrimestre, o alumnado dispoñerá dun prazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente e por escrito, a súa intención de acollerse ao sistema de avaliación global na convocatoria ordinaria do devandito cuadrimestre, renunciando así á avaliación continua. Para iso, deberá dirixir un correo electrónico ao profesor/a responsable da materia, con copia ao coordinador/a do máster (mcinternacional@uvigo.es). En caso de non manifestar esta intención, enténdese que o/a alumno/a segue a avaliación continua, renunciando á avaliación global na convocatoria ordinaria do devandito cuadrimestre.

MODALIDADE de evaluación global.

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

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

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

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

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

As datas de exames oficiais das distintas convocatorias serán as publicadas na páxina web do Máster:

<http://mcinternacional.webs.uvigo.es/>

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

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

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

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

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

Rachael King, **How Cloud Computing Is Changing the World**,
 Anetcom, **Garantías de navegación segura: análisis de los sellos y códigos de confianza en comercio electrónico**,
 Anahi Ornelas Ley * / Maricela López Ornelas, **Calidad de la información en internet**,
 Johns Hopkins University, **EVALUATING INFORMATION**,
 INTECO-CERT, **RIESGOS Y AMENAZAS EN CLOUD COMPUTING**,
 AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS, **GUÍA PARA CLIENTES QUE CONTRATEN SERVICIOS DE CLOUD COMPUTING**,
 Carmen Cuesta, Javier Alonso, David Tuesta, Santiago Fernández de Lis, **El desarrollo de la industria del cloud computing: impactos y transformaciones en marcha**,
 ENI, **Microsoft® Excel 2016**, 1, ENI, 2016
 AIMC, **Navegantes en la Red - Encuesta AIMC a usuarios de Internet**,
 EFEEMPRENDE, **Amazon Web Services, la empresa que consigue que los negocios crezcan**,
 Carmen Cuesta, Javier Alonso, David Tuesta, Santiago Fernández de Lis, **El desarrollo de la industria del cloud computing: impactos y transformaciones en marcha**, BBVA Research,
 Databarracks, **Changes to computer thinking**,
 Inés Ramírez Nicolás, **¿QUÉ APORTA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA NUBE?**, eMarket Services Spain,
Complementary Bibliography
 BusinessGoOn, **Guía de Big Data**, BusinessGoOn,

Recomendacións

Subjects that continue the syllabus

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

Other comments

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

Orientacións para o estudo:

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

IDENTIFYING DATA				
Commercial English				
Subject	Commercial English			
Code	V06M101V03106			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1st	1st
Teaching language	English			
Department				
Coordinator	González Crespan, María Araceli			
Lecturers	Freire Gargamala, Lydia González Crespan, María Araceli			
E-mail	acrespan@uvigo.es			
Web	http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
General description	This subject will address the four communication skills in English for international commerce as well as the importance of cultural aspects in communication			

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

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

Contents
Topic

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

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Introductory activities	2	0	2
Lecturing	6	12.5	18.5
Laboratory practical	26	50	76
Portfolio / dossier	0	4	4
Objective questions exam	1	0	1
Project	0	2	2
Simulation or Role Playing	0	2	2
Objective questions exam	1	2	3
Oral exam	0	2	2
Portfolio / dossier	0	2	2

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

Methodologies

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

Personalized assistance

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

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results		
Portfolio / dossier	Glossary of commercial terms. Report. Group activity	15	B3	C18 C19	D1
Objective questions exam	Listening comprehension test. Individual.	15	A3	B3	C18 C21
Project	Cultural conflicts: Dilemma and decision. Pair activity. Peer review.	15	A3	B3	C21 C22
Simulation or Role Playing	Commercial correspondence. Group activity.	15	A3	B3	C18 C19 C21
Objective questions exam	Listening comprehension test: An Overseas Customer. Individual.	15		B3	C18 C21 C22
Oral exam	Recording a telephone message. Individual.	10		B3	C18 C20 C21
Portfolio / dossier	Interpreting non-verbal clues. Individual	15	A3	B3	C21 C22

Other comments on the Evaluation

VIRTUAL STUDENTS: The course is designed for continuous assessment. The condition to be evaluated will be the timely delivery of the activities published in the platform at the beginning of the course. Any task delivered after the deadline will not be evaluated (unless it is within the following 24 hours, all activities will be evaluated on a FAIL/PASS basis). Students not passing the subject at the end of the course (January) will be entitled to take an exam in July whose result will be the final grade.

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

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

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Recommendations

Subjects that continue the syllabus

International Professional Communication/V06M101V03206

Other comments

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

A complete bibliography will be provided with each module.

IDENTIFYING DATA				
International Business Management				
Subject	International Business Management			
Code	V06M101V03107			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1st	1st
Teaching language	Spanish Galician English			
Department				
Coordinator	Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo Lampón Caride, Jesús Fernando			
E-mail	pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
General description	This subject try to help students to understand differential characteristics that international busines poses in a highly globalized world. It tries to anchor concepts, methodologies and good practices necessary in the nowadays business world. It als let students reflect about different markets and the influence of their characteristics in the way of doing business.			

Training and Learning Results

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

Expected results from this subject

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

Contents

Topic	
Introduction: Opportunities and Potentialities of the International Trade	1. Introduction. 2. Why the internationalization?
The managerial function and the strategic planning	1. Current crisis and the internationalisation. 2. The internationalisation of the company. 3. Keys for the success.
The internationalisation of the company	1. The importance of country brand. 2. Positioning the firm outside. 3. Integrated strategy for the internationalisation of the company.
Managerial skills in the international markets	1. Previous concepts. 2. Typification of companies and styles of direction.
The international businesses environment	1. The outline in the international marketing. 2. Analysis PESTEL.
The plan of internationalisation	1. Attitude and managerial orientation. 2. Process of decision of internationalisation. 3. Operative plan: strategies and tactical for the internationalisation.

International markets research

1. Introduction.
2. Methodology for the evaluation and analysis of markets.
3. Investigation of external markets

Markets in the world

UE; USA; China; Brazil; among others

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lecturing	3	3	6
Debate	15	18	33
Case studies	16	16	32
Problem and/or exercise solving	1	16	17
Objective questions exam	1	15	16
Essay	0	8.5	8.5

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

Methodologies

	Description
Lecturing	Exposition of the lessons in accordance with the planning of the course. It includes questions and discussion.
Debate	Forums of discussion and debate in which the students will have to pose his consideration reasoned on the subjects posed by the professor.
Case studies	Approach of real cases of internationalized companies on which have to answer the students of individual form or in group.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Case studies	Answer to specific doubts that arise to the hour to solve the case study.
Tests	Description
Essay	Attention to questions arisen in cooperative projects.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Lecturing	Assistance, attitude, participation in the classes.	0	C3
Debate	Reflection and debate on the subjects proposed by the professor.	20	A2 C3 C4 C23
Case studies	Resolution of cases of study from the exposed guidelines in class.	25	A2 B5 C3 C4 C23 D2
Problem and/or exercise solving	Proof on understanding, knowledge and application of concepts.	5	A2 C3 C4 C23
Objective questions exam	Proof of question type test to check the follow-up.	35	C3 C4 C23
Essay	Realisation of a work tied to the internationalisation of the company.	15	B5 C3 C4 C23 D2

Other comments on the Evaluation

To pass the subject, students must submit all mandatory activities.

If this is not the case, the grade will appear as not presented (if 20% of the activities are not delivered) or failed (20% of deliverables are exceeded). In the Moovi space you will have the required information.

July evaluation

It will be necessary to deliver all the activities requested in the course like this like attending a proof that will be able to answer in Moovi.

Sources of information

Basic Bibliography

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

Complementary Bibliography

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

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

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

Recommendations

Subjects that continue the syllabus

International Marketing/V06M101V03202

IDENTIFYING DATA				
Dereito Internacional e Contratación				
Subject	Dereito Internacional e Contratación			
Code	V06M101V03201			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Teaching language	Castelán			
Department	Dereito privado Dpto. Externo			
Coordinator	Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
Lecturers	Lloves Suarez, Elías Picatoste Bobillo, Victoria Amalia			
E-mail	victoriapicatoste@vento.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
General description	Dereito mercantil é unha materia que se imparte no primeiro cuadrimestre do segundo curso do Grao en Comercio. Nela examínase, dende unha perspectiva xurídica, a figura do empresario no mercado; o seu estatuto xurídico, formas de organización xurídica e as normas que rixen a súa actuación no mercado. Estes coñecementos permitirán ao alumnado apreciar que o mercado é un espazo regulamentado por normas xurídicas, onde actúan suxeitos que teñen dereitos e asumen obrigas exigibles ante os tribunais.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Code	
B3	Dominio de linguas estranxeiras aplicadas ao comercio.
B6	Aplicar o coñecemento á práctica.
C9	Coñecemento das operacións de exportación e importación, negociación, trámites de aduanas, contratación, riscos e financiamento.
C16	Obtención e valoración de información na internet.
D3	Sustentabilidade e compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable e eficiente dos recursos.

Resultados previstos na materia	
Expected results from this subject	Training and Learning Results
Coñecer o marco legal da actuación dos empresarios no mercado, de xeito que se saiba inserir e delimitar o ámbito da mesma dentro do ordeamento xurídico vixente.	B6 C9 C16 D3
Manexar, procesar, interpretar e avaliar a información, documentación e demais instrumentos de orde xurídico que se xere nos diferentes contextos e actividades do comercio.	B3 C9 C16 D3
Saber manexar e acceder ás fontes de coñecemento básico no ámbito xurídico, tanto en soporte papel coma informático, así coma enxergar e saber emplear a terminoloxía xurídica utilizadas a cotío no ámbito do tráfico mercantil.	B3 C9 C16

Contidos	
Topic	
Tema 1: Introducción á normativa mercantil.	1.1. Introducción á normativa mercantil. 1.2. Fontes do Dereito Mercantil.
Tema 2. O empresario mercantil.	2.1. Empresa e empresario. 2.2. O empresario individual. 2.3. Publicidade rexistral e contabilidade do empresario. 2.4. Os colaboradores do empresario
Tema 3. Propiedade industrial e competencia.	3.1. As creacións industriais. 3.2. Os signos distintivos da empresa. 3.3. O Dereito de competencia desleal. 3.4. O dereito de defensa da competencia. 3.5. A protección contra a publicidade ilícita.

Tema 4. Introducción ás sociedades mercantís.	4.1. Teoría xeral das sociedades mercantís. 4.2. As sociedades personalistas
Tema 5. A sociedade anónima (I).	5.1. Concepto e principais características. 5.2. O capital social. 5.3. Fundación da sociedade. 5.4. A acción.
Tema 6. A sociedade anónima (II).	6.1. A xunta xeral de accionistas. 6.2. O órgano de administración. 6.3. As contas anuais. 6.4. A modificación dos estatutos.
Tema 7. A sociedade de responsabilidade limitada (I)	7.1. Concepto e principais características. 7.2. Fundación. 7.3. A participación social. 7.4. A transmisión das participacións sociais.
Tema 8. A sociedade de responsabilidade limitada (II).	8.1. A xunta xeral de socios. 8.2. O órgano de administración. 8.3. As contas anuais. 8.4. A modificación dos estatutos. 8.5. A sociedade limitada da Nova Empresa.
Tema 9. A disolución das sociedades de capital. As transformacións estruturais das sociedades de capital.	9.1. A disolución e liquidación da sociedade anónima e da sociedade limitada. 9.2. A transformación de sociedades. 9.3. A fusión. 9.4. A escisión. 9.5. A cesión global de activo e pasivo.
Tema 10. Contratos mercantiles e Títulos valores.	10.1. Introducción aos contratos mercantiles. 10.2. Tipoloxía dos contratos mercantiles. 10.3. Introducción aos títulos valores.

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	25	46	71
Seminario	4	10	14
Prácticas de laboratorio	18	34	52
Exame de preguntas obxectivas	1	4	5
Exame de preguntas obxectivas	1	7	8

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

Metodoloxía docente

	Description
Lección maxistral	As sesións maxistrais nas aulas de teoría adicaránse á explicación polo profesor dos distintos puntos que integran os contidos da asignatura. A súa finalidade é a de fornecer ao alumno dunha base conceptual que lle permita desenvolverse axeitadamente ao afrontar os aspectos xurídicos da organización e dinámica da empresa.
Seminario	Nas sesións de prácticas de seminario desenvolveranse as seguintes actuacións: fornecer aos alumnos da orientación necesaria para a realización en grupo e baixo a titoría do profesor dos traballos que se lles encomende; a entrega polo alumno do devandito traballo por escrito e a súa exposición oral; o seguemento polo profesor dos coñecementos adquiridos polo alumno e a resolución das dúbidas que se lle prantexen.
Prácticas de laboratorio	Nas prácticas de laboratorio plantexaranse polo profesor supostos prácticos que deberán ser resoltos polo alumno, ben de xeito guiado ou ben de xeito autónomo. No seu caso, procédese asimesmo ao estudo de casos e análise de situacións presentadas polo profesor e coa participación dos alumnos.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Seminario	Resolveranse as dúbidas na aula ou nas tutorías.
Prácticas de laboratorio	Resolveranse as dúbidas na aula ou nas tutorías.

Avaliación

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

Seminario	Os alumnos deberán presentar un traballo por escrito proposto polo profesor e defendelo mediante a súa exposición oral. Avaliarase a estrutura e contido do traballo escrito; a claridade e capacidade de síntese na exposición oral; en xeral, o grao de comprensión dos conceptos e contidos expresados. Co traballo de seminario poderá acadarse ata 2 puntos da nota final.	20	B3 C9 D3 B6
Prácticas de laboratorio	Nas prácticas de laboratorio os alumnos deberán facer os traballos prácticos que se lles propoñan sobre a materia impartida nas clases teóricas. Pola resolución dos casos e polas boas intervencións no desenvolvemento desta actividade, poderanse acadar ata 3 puntos da nota final.	30	B3 C9 D3 C16
Exame de preguntas obxectivas	Ao final do cuadrimestre haberá un primeiro exame liberatorio que consistirá no prantexamento ao alumno dun test formado por dez preguntas de catro alternativas onde soamente unha será válida. A nota máxima que se poderá acadar co exame final é de 2 puntos. Neste exame será preciso obter como mínimo unha cualificación de 1 punto (sobre 2) para que á puntuación alcanzada poida engadirse a correspondente á avaliación continua.	25	B6 C9 D3 C16
Exame de preguntas obxectivas	Ao final do cuadrimestre haberá un segundo exame liberatorio que consistirá no prantexamento ao alumno dun test formado por dez preguntas de catro alternativas onde soamente unha será válida. A nota máxima que se poderá acadar co exame final é de 3 puntos. Neste exame será preciso obter como mínimo unha cualificación de 1,5 puntos (sobre 3) para que á puntuación alcanzada poida engadirse a correspondente á avaliación continua.	25	

Other comments on the Evaluation

Na data oficial do exame, os alumnos que non superasen a materia coa *evaluación continua, poderán facer un exame final de test sobre toda a materia.

Para os alumnos que non superasen a materia na convocatoria de xuño, se lles conservará a cualificación obtida no seminario e as prácticas de laboratorio na convocatoria de xullo.

Os alumnos que non se acollasen ao sistema de avaliación continua, tendrán que facer un exame final e un caso práctico a resolver. Devandito exame *será avaliado sobre 10 puntos, dos que 7 corresponderán ao exame e 3 ao caso práctico.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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>,

Recomendacións

Other comments

Recoméndase encarecidamente aos alumnos que asistan ás clases, tanto sesións teóricas coma prácticas, que veñan provistos do material lexislativo que sexa obxecto de estudo e explicación no seu caso.

A asignatura "Contratación mercantil" que se cursa no 2º cuadrimestre no cuarto curso do grao supón a continuación e un importante complemento da presente asignatura.

IDENTIFYING DATA				
Marketing Internacional				
Subject	Marketing Internacional			
Code	V06M101V03202			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department				
Coordinator	Rodríguez Daponte, María del Rocío Cabanelas Lorenzo, Pablo			
Lecturers	Cabanelas Lorenzo, Pablo Rodríguez Daponte, María del Rocío			
E-mail	rocio@uvigo.es pcabanelas@uvigo.es			
Web	http://www.faitic.uvigo.es			
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Resultados previstos na materia

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

Contidos

Topic	
Introdución	Marketing global e internacional
Estratexias de internacionalización	Proceso de decisión de internacionalización. Valoración da contorna de marketing internacional. Formas de entrada en mercados exteriores.Dimensións do programa de marketing internacional.
Segmentación e posicionamiento	Segmentación de mercados internacionais. Estratexia de posicionamiento. Tipos de posicionamiento.
Protocolo nos negocios internacionais	Relacións, usos sociais e imaxe. Protocolo nos negocios: práctica.
Estratexias de marketing no mercado internacional	Política internacional de produto. A marca internacional: desenvolvemento de marcas, identidade e valor de marca. Promoción comercial na internacionalización. Política de fixación de prezos. Decisións de distribución e do equipo de vendas.

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	16	16	32
Seminario	1	1	2
Debate	6	12	18
Resolución de problemas e/ou exercicios	12	23	35
Exame de preguntas obxectivas	1	20	21
Traballo	0	4.5	4.5

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

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

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

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

Other comments on the Evaluation

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

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

No espazo de teledocencia darase toda a información da materia.

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

Recomendacións

IDENTIFYING DATA				
Fiscalidade Internacional				
Subject	Fiscalidade Internacional			
Code	V06M101V03203			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Teaching language	Galego			
Department	Dpto. Externo Economía financeira e contabilidade			
Coordinator	Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Lecturers	Díaz-Becerra Martínez, Ana María Martínez Cobas, Francisco Javier Muñoz Dueñas, María del Pilar			
E-mail	xmcobas@uvigo.gal pilar.munoz@uvigo.es			
Web				
General description	Coñecer e saber liquidar os impostos vinculados coas actividades internacionais da empresa.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Code	
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
B1	Capacidade para resolver problemas de xestión.
B6	Aplicar o coñecemento á práctica.
C7	Dominio dos diferentes tributos relacionados co comercio internacional.
C8	Resolución de problemas prácticos de tributación nas operacións de comercio internacional.

Resultados previstos na materia

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Coñecer as obrigacións fiscais inherentes á actividade internacional e ser capaz de formalizar as correspondentes declaracións de impostos.	A2 B1 B6 C7 C8

Contidos

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

Módulo III. IVE nas operacións con terceiros países

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

Módulo IV. Impostos Especiais

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

Módulo V. Inversión no exterior

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

Planificación

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	10	10	20
Resolución de problemas	9	28	37
Foros de discusión	4	5	9
Exame de preguntas obxectivas	1	8	9

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

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

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

Avaliación

	Description	Qualification	Training	Learning Results
Resolución de problemas	Realización dos exercicios e problemas propostos polo profesorado na materia.	40	A2	B1 B6 C7 C8
Foros de discusión	Asistencia participativa nos foros de debate	20		
Exame de preguntas obxectivas	Exame oficial da materia con preguntas tipo test	40		

Other comments on the Evaluation

1.- AVALIACIÓN CONTINUA

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

2.- EXAME FINAL

O/A estudante que non superara ou realizara algunha das probas periódicas ou algunha das actividades ou exercicios, deberá realizar os exames finais da materia nas datas que estableza a comisión académica do máster.

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

Bibliografía. Fontes de información**Basic Bibliography****Complementary Bibliography**

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

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

Recomendacións**Subjects that it is recommended to have taken before**

Xestión das Operacións Internacionais/V06M101V03104

IDENTIFYING DATA				
Transporte e Loxística				
Subject	Transporte e Loxística			
Code	V06M101V03204			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán Galego			
Department	Dpto. Externo Organización de empresas e márketing			
Coordinator	Diz Comesaña, María Eva González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
Lecturers	Diz Comesaña, María Eva Fernández Sasiain, Francisco José González-Portela Garrido, Alicia Trinidad			
E-mail	evadiz@uvigo.es tgonzalez-portela@uvigo.es			
Web				
General description	DESCRICIÓN XERAL - Organización do sistema de loxística. O sistema de información logística. - Previsión, planificación e reabastecimento colaborativo na cadea de subministración. - Operativo na cadea de subministración. Racionalización da cadea de subministración. - Xestión de compras e xestión de stock en empresas de servizos: fundamentos. - O Departamento de Compras. A selección dos provedores e o proceso de negociación. - Estratexia do sistema de almacenamento. Deseño do sistema de almacenamento. - Xestión de almacéns. Axilización de fluxos de información e operacións. Organización do operativo no almacén.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Resultados previstos na materia

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

Contidos

Topic

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

Planificación

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

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

Metodoloxía docente

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

Atención personalizada

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

Avaliación

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

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

Other comments on the Evaluation

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

- DIZ-COMESAÑA, M.E., **Logística de Compras: Conceptos básicos y gestión de compras**, En Torres (2010),
 FERNÁNDEZ SASIAÍN, FRANCISCO, **Estiba y Trinquaje de Mercancías en Contenedor**, Marge Books, 2014
 GARCÍA ARCA, JESÚS; GONZÁLEZ-PORTELA GARRIDO, ALICIA TRINIDAD; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **La mejora en la eficiencia y sostenibilidad de la cadena de suministro mediante el diseño del envase y el embalaje**, Servicio de Publicacións de la Univesidade de Vigo, 2016
 GARCÍA ARCA, JESÚS; GONZÁLEZ-PORTELA GARRIDO, ALICIA TRINIDAD; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **Envases y Embalajes Sostenibles. Retos de diseño en cadenas de suministro globales**, Andavira Editora, 2019
 GARCÍA ARCA, JESÚS; PRADO PRADO, JOSÉ CARLOS, **El Envase y el Embalaje en el sector alimentario. Sus implicaciones logísticas en el contexto gallego.**, IGAPÉ; ANFACO, 2006
 GARCÍA, J. y PRADO, J.C., **El Envase y el Embalaje y su relación con la Logística**, Servicio de Publicacións de la Universidad de Vigo, 2005
 JACOBS, F. R. y CHASE, R. B., **Administración de Operaciones. Producción y Cadena de Suministros**, 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

Complementary Bibliography

- 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

Other comments

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

IDENTIFYING DATA**Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicaci3ns no e-Comercio**

Subject	Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicaci3ns no e-Comercio			
Code	V06M101V03205			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán			
Department	Dpto. Externo Informática			
Coordinator	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Lecturers	de Prado Losada, Ana María García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
E-mail	jdacosta@uvigo.gal erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
General description				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Resultados previstos na materia

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

Contidos

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

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

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Lección maxistral	7	15.6	22.6
Aprendizaxe baseado en proxectos	28	58.8	86.8
Exame de preguntas obxectivas	1	2.1	3.1
*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.			

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

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

Avaliación	
Description	Qualification Training and Learning Results

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

Other comments on the Evaluation

MODALIDADE DE avaliación continua

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

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

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

Unha vez superado o prazo dun mes desde o comezo do cuadrimestre, o alumnado dispoñerá dun prazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente e por escrito, a súa intención de acollerse ao sistema de avaliación global na convocatoria ordinaria do devandito cuadrimestre, renunciando así á avaliación continua. Para iso, deberá dirixir un correo electrónico ao profesor/a responsable da materia, con copia ao coordinador/a do máster (mcinternacional@uvigo.es). En caso de non manifestar esta intención, enténdese que o/a alumno/a segue a avaliación continua, renunciando á avaliación global na convocatoria ordinaria do devandito cuadrimestre.

MODALIDADE DE avaliación global

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

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

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

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

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

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

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

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

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

Recomendacións

Subjects that it is recommended to have taken before

As TIC no Comercio Internacional/V06M101V02105

Other comments

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

Orientacións para o estudo:

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

IDENTIFYING DATA				
International Professional Communication				
Subject	International Professional Communication			
Code	V06M101V03206			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	4.5	Mandatory	1st	2nd
Teaching language	English			
Department				
Coordinator	González Crespan, María Araceli			
Lecturers	Domínguez Viso, Muriel Carmen González Crespan, María Araceli			
E-mail	acrespan@uvigo.es			
Web	http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
General description	This is an English subject for Specific Purposes useful for international trade. There is a special emphasis on oral communication aspects and on professional micro-skills.			

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

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

Contents

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

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Introductory activities	2	0	2
Lecturing	10	18	28
Practices through ICT	24	48.5	72.5
Essay	0	2	2
Oral exam	0	1	1
Objective questions exam	0	1	1
Objective questions exam	0	1	1
Objective questions exam	0	1	1
Presentation	0	4	4

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

Methodologies

	Description
Introductory activities	Introduction of the subject, work system, materials, bibliography and evaluation.
Lecturing	Presentation of contents, discussion and instructions for assigned essays and activities.
Practices through ICT	Applying English communicative skills in small groups, through individual activities, in pairs or in teams.

Personalized assistance

Methodologies	Description
Practices through ICT	Applying English communicative skills in small groups, through individual activities, in pairs or in teams.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results			
Essay	Job search: writing (Peer review)	15	A3	B3	C18 C19 C21	D1
Oral exam	Meetings: speaking	15	A3	B3	C18 C20 C21	D1
Objective questions exam	Meetings: vocabulary	15	A3	B3	C19 C21	D1
Objective questions exam	Negotiations: listening test	15	A3	B3	C13 C18 C21	D1
Objective questions exam	Negotiations: vocabulary	15	A3	B3	C18 C19 C21	D1
Presentation	Final presentation	25	A3	B3	C20 C21	D1

Other comments on the Evaluation

VIRTUAL STUDENTS: The course is designed for continuous assessment. The condition to be evaluated will be the timely delivery of the activities published in the platform at the beginning of the course. Any task delivered after the deadline will not be evaluated (unless it is within the following 24 hours, all activities will be evaluated on a FAIL/PASS basis). Students not passing the subject at the end of the course will be entitled to take an exam in July whose result will be the final grade.

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

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

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

Masculi, 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

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Commercial English/V06M101V03106

Other comments

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

A complete bibliography will be provided with each module.

IDENTIFYING DATA				
Final Year Dissertation				
Subject	Final Year Dissertation			
Code	V06M101V03208			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1st	2nd
Teaching language	Spanish Galician			
Department				
Coordinator	González Crespan, María Araceli García Rosello, Emilio			
Lecturers	García Rosello, Emilio González Crespan, María Araceli			
E-mail	acrespan@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
General description	The master's final dissertation should demonstrate the students' intellectual maturity and their ability to integrate knowledge, aptitudes and skills. It must meet high standards of quality and accuracy, and it will apply a specific methodology suggested by the tutor that will guarantee the adequate identification of information needs, the choice of information sources, data processing and the presentation of results in the preparation for future professional challenges.			

Training and Learning Results

Code	
A1	Knowledge and understanding that provide a basis or opportunity for originality in developing and / or applying ideas, often in a research context.
A2	That the students can apply their knowledge and their ability to solve problems in new or unfamiliar environments within broader (or multidisciplinary) contexts related to their field of study.
A3	That students are able to integrate knowledge and handle complexity and formulate judgments based on information that was incomplete or limited, include reflecting on social and ethical responsibilities linked to the application of their knowledge and judgments.
A4	Students can communicate their conclusions, and the knowledge and rationale underpinning these, to specialist and non-specialist audiences clearly and unambiguously.
A5	Students must possess the learning skills that enable them to continue studying in a way that will be largely self-directed or autonomous.
B2	Ability to communicate orally and in writing in one's own language about technical concepts.
C23	Planning and implementation of an integrated internationalisation project.
C24	Planning and carrying out an international marketing project.
D1	Ability to understand the meaning and application of the gender perspective in the different fields of knowledge and in professional practice with the aim of achieving a fairer and more egalitarian society.
D2	Ability to communicate orally and in writing in Galician language.
D3	Sustainability and environmental commitment. Equitable, responsible and efficient use of resources.

Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results
Develop a suitable methodology for the diagnosis, the generation of alternatives and the election of options for the internationalization of companies, organisations or projects.	A1 A2 A3 A4 A5 B2 C23 C24 D1 D2 D3

Encourage active decision-taking in a business context. Stimulate entrepreneurship through internationalization projects.

A1
A2
A3
A4
A5
B2
C23
C24
D1
D2
D3

Favour the implication in the generation of internationalization projects or the development of already existing projects.

A1
A2
A3
A4
A5
B2
C23
C24
D1
D2
D3

Contents

Topic

The project will deal with any activity involving internationalization, in particular those implying alliances or the development of cooperation. There are different possible areas, such as the following ones:

- Export/import or commercialization of products or services.
- Acquisition or international sale of technologies or development of international projects that involve actions of R&D consolidation.
- Agreements of distribution and cooperation with international agents.
- Production, distribution, manufacture of products or services abroad.
- Agreements of cooperation between organisations that involve actions at the global or international level.
- Other proposals that involve direct or reverse internationalization.

Not applicable.

Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Mentored work	2	20	22
Project based learning	1	96	97
Essay	1	30	31

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

Methodologies

	Description
Mentored work	Autonomous work will be supervised by a supervisor assigned from the coordination of the subject. This selection may derive from an agreement between the student and the supervisor or by thematic affinity.

Project based learning	INTRODUCTION: Justification of the Objective [identify] Description of the methodology 1.ANALYSIS And DIAGNOSTIC 1.1 ANALYSES OF The GLOBAL ENVIRONMENT. 1.2 ANALYSES OF The SPECIFIC ENVIRONMENT. 1.3 INTERNAL ANALYSES. 1.4 DIAGNOSTIC. 2. STRATEGIES. 2.1 DEFINITION OF OBJECTIVES. 2.2 STRATEGIES OF INTERNATIONALIZATION. 2.3 SYNTHESIS: PLAN DIRECTOR OF INTERNATIONALIZATION (simple analysis of viability). 3.CONCLUSIONS. Bibliography. Appendices.
------------------------	---

Personalized assistance

Methodologies	Description
Project based learning	Common sessions of orientation and individual supervision.
Mentored work	Attention of the supervisor to the work in progress. The coordination of the subject will inform about dates and procedures.

Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results			
Mentored work	SUPERVISOR'S REPORT.	30	A1	B2	C23	D1
			A2		C24	D2
			A3			D3
			A4			
			A5			
Project based learning	DEVELOPMENT AND WRITING OF THE DISSERTATION.	40	A1	B2	C23	D1
			A2		C24	D2
			A3			D3
			A4			
			A5			
Essay	FINAL PRESENTATION	30	A1	B2	C23	D1
			A2		C24	D2
			A3			D3
			A4			
			A5			

Other comments on the Evaluation

N.B. Any evidence of plagiarisms will imply a grade of FAIL.

Sources of information

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

Recommendations

Other comments

The use of inclusive language is highly recommended for both the dissertation and the presentation.

The TFM may be written in Galician, Spanish or English, in agreement with the supervisor.

For the bibliography, the APA system will be used; incorporating the complete name of the authorship to make visible the number of women and men among authors.

IDENTIFYING DATA				
Prácticas Externas				
Subject	Prácticas Externas			
Code	V06M101V03209			
Study programme	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	1	2c
Teaching language	Castelán			
Department	Dpto. Externo Organización de empresas e márketing			
Coordinator	García Rosello, Emilio			
Lecturers	Monteagudo Cabaleiro, Antonio			
E-mail	erosello@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/index.php/es/			
General description	Esta materia está asociada a o período de prácticas que deben realizar os alumnos de o máster de comercio internacional. O cometido é facilitar a documentación necesaria para realizar as prácticas así como definir o como se debe facer a memoria de prácticas.			

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

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

Contidos	
Topic	
Realización de prácticas en empresa ou institución relacionada co comercio internacional, con polo menos 150 horas de duración.	
1. Análise da situación da empresa. 2. Identificación de actividades desenvolvidas.	
As prácticas serán tutorizadas por un/a responsable da empresa e un/a profesor/a do Mestrado .	

Planificación			
	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Prácticum, Practicas externas e clínicas (Repetida non usar)	0	150	150

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

Metodoloxía docente

	Description
Prácticum, Practicas externas e clínicas(Repetida non usar)	O alumnado realiza as súas prácticas externas na empresa ou institución aceptada pola organización do Mestrado , a través dun convenio de colaboración asinado pola empresa e a Universidade de Vigo. O procedemento para a realización das prácticas externas réxese polo Regulamento de Prácticas Académicas Externas do Alumnado da Universidade de Vigo e do Mestrado en Comercio Internacional. O/a estudante realizará unha estancia nunha empresa desenvolvendo funcións propias da titulación e do perfil profesional e elixido.

Atención personalizada

Methodologies	Description
Prácticum, Practicas externas e clínicas(Repetida non usar)	- O/o alumno/a terá un seguimento continuo e unha atención personalizada por parte dos/os titores/as da empresa e do Mestrado. As titorías co profesorado realizaranse, preferentemente, por medios telemáticos: correo electrónico ou a través do despacho persoal do profesorado no campus remoto da universidade.

Avaliación

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Prácticum, Practicas externas e clínicas(Repetida non usar)	Valoraranse os informes da empresa e do titor do Mestrado sobre a actividade realizada polo alumno durante as prácticas.	100	B1 C25 D1 B5 D2 B6 D3

Other comments on the Evaluation

O alumnado que queira realizar prácticas pode optar por dúas posibilidades:

- 1) Atopar unha empresa que acepte acoller ao/a estudante para o período de prácticas, asegurándose de que realizará tarefas relacionadas co comercio internacional, e que a empresa acepte establecer un convenio se non o tivera. Someterá a proposta ao coordinador/a de prácticas do Mestrado que avaliará a pertinencia e adecuación de devanditas prácticas.
- 2) Entregar o seu Currículo Vitae en canto o esíxa o coordinador/a de prácticas do Mestrado , para que se poida transmitir devandito CV ás empresas colaboradoras do Mestrado . O/a coordinador/a de prácticas do Mestrado propoñerá ao/a estudante unhas prácticas que considere adecuadas. En caso de rexeitalas sen motivos xustificadas a xuício da coordinación da materia, quedará a responsabilidade do/a estudante atopar outras prácticas (ver punto 1 anterior)

O alumnado que posúa experiencia profesional previa no ámbito do comercio internacional, certificada pola empresa na que as realizou e ratificada por unha vida laboral ou similar, pode solicitar a valoración desta experiencia para o seu posible recoñecemento como prácticas. Así mesmo debe entregar a memoria final que será o elemento utilizado para cualificar a materia.

Na segunda convocatoria utilizaranse os mesmos criterios de avaliación que na primeira.

Bibliografía. Fontes de información

Basic Bibliography

Complementary Bibliography

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

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

Recomendacións