



Guía docente				
Datos Identificativos				2017/18
Asignatura (*)	Comercio Exterior	Código	650G01041	
Titulación	Grao en Ciencias Empresariais			
Descritores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinador/a	Naya Mosquera, José Luis	Correo electrónico	jose.luis.naya@udc.es	
Profesorado	Naya Mosquera, José Luis	Correo electrónico	jose.luis.naya@udc.es	
Web				
Descripción general	Conocimiento de los mecanismos e instituciones de comercio internacional. Conocimiento sobre el proceso de posicionamiento en terceros mercados (internacionalización) . Análisis de las variables de Marketing Internacional . Documentos y procedimientos del comercio internacional. Nociones sobre Negociación Internacional.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A1	CE1 - Aprender a aprender, por ejemplo, cómo, cuándo, dónde nuevos desarrollos personales son necesarios.
A3	CE3 - Comprender detalles del funcionamiento empresarial, tamaño de empresas, regiones geográficas, sectores empresariales, vinculación con conocimiento y teorías básicas.
A6	CE6 - Comprender los principios de la ingeniería y vincularlos con el conocimiento empresarial.
A12	CE12 - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
A19	CE19 - Identificar nuevos desarrollos de organizaciones empresariales para afrontar con éxito el entorno cambiante.
B1	CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
B2	CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
B3	CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
B4	CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
B5	CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B6	CG1 - Que los estudiantes formados sean profesionales versátiles, capacitados tanto de iniciar su propio negocio como de desempeñar labores de diseño, planificación, organización, gestión, asesoramiento y evaluación en las áreas y departamentos contables, financieros y fiscales de organizaciones empresariales, con especial referencia a las pequeñas y medianas empresas.
B7	CG2 - Que los estudiantes posean una elevada capacitación metodológica de gestión y tratamiento de la información que les proporcione ventajas competitivas, no sólo en su labor profesional, sino en una sociedad global en permanente transformación. Para ello, el Grado ha de estar dotado de un adecuado nivel de interdisciplinariedad, transversalidad e integración en sus materias.
B8	CG3 - Que los estudiantes presten especial atención a los cambios que, tanto en conceptos, como en metodología o en aplicaciones, implican en el mundo empresarial las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Así mismo deben poder obtener y actualizar los conocimientos específicos que tengan como base la aparición de nuevas leyes y reglamentos que afecten al mundo fiscal, financiero o contable.
B9	CG4 - Que los estudiantes integren el aprendizaje en su vida y en su labor profesional, a través de la metodología de enseñanza que les aporta el Grado, el cual les proporciona una formación básica general que servirá como puntal para la formación continua a lo largo de la vida.



B10	CG5 - Que los estudiantes tengan una perspectiva integral y destreza en el manejo de los conceptos, técnicas y herramientas empleados en cada una de las diferentes áreas funcionales ¿con especial referencia a las contables, financieras y fiscales de la empresa; así como entender las relaciones que existen entre ellas y con los objetivos generales de la organización. Todo ello teniendo en cuenta los principios de sostenibilidad y responsabilidad social de las mismas.
B11	CG6 - Que los estudiantes sepan identificar y anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar la información, realizar asesoramiento fiscal y contable, control presupuestario, gestión de tesorería, auditorías de cuentas y temas concursales (suspensiones de pagos y quiebras), tomar decisiones en condiciones de incertidumbre y evaluar resultados.
B12	CG7 - Que los estudiantes sean capaces de liderar proyectos en las áreas de valoración de la empresa, de dirección estratégica y financiera; deben poder entender la información contable de las empresas a fin de obtener conclusiones y realizar predicciones tanto sobre rendimientos como sobre riesgos futuros.
B13	CG8 - Que los estudiantes identifiquen los requisitos legales de la información financiera a los que la empresa debe enfrentarse.
B14	CG9 - Que los estudiantes manifiesten respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, el respeto y la promoción de los Derechos Humanos y los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.
C1	CT1 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	CT2 - Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
C3	CT3 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	CT4 - Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	CT5 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	CT6 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	CT7 - Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	CT8 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Identificar nuevos desarrollos de organizaciones empresariales para afrontar con éxito el entorno cambiante	A19	B1 B2	
Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse		B2 B3 B4 B11 B13	C6
Comprender detalles del funcionamiento empresarial, tamaño de empresas, regiones geográficas, sectores empresariales, vinculación con conocimiento y teorías básicas	A3	B2 B8 B12	C5
Identificar aspectos relacionados y comprender su impacto en la organización empresarial	A6		
Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.	A12		
Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma			C1 C2



Aprender a aprender, por ejemplo, cómo, cuándo, dónde nuevos desarrollos personales son necesarios.	A1	B3	C3
Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida		B5	C4
		B6	C7
		B7	C8
		B9	
		B10	
		B14	

Contenidos	
Tema	Subtema
TEMA 1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES	1.1. Importancia y desarrollo del comercio exterior 1.2. Definición de marketing internacional 1.3. Fundamentos de marketing (internacional) 1.4. Organismos Internacionales: OMC, GATT, BM y FMI 1.5. Funcionamiento, características y estructura del Comercio Mundial.
TEMA 2. ANALISIS DEL ENTORNO CULTURAL Y ECONÓMICO	2.1. Importancia de la cultura o factores culturales 2.2. Elementos socio-culturales: grupos referencia y elementos culturales 2.3. Características del mercado 2.4. La Integración económica y sus formas de desarrollo. 2.5. Fuentes de financiación y riesgo financiero 2.6. Administración del riesgo financiero
TEMA 3. ANALISIS DEL ENTORNO POLÍTICO-LEGAL	3.1. Factores que afectan al riesgo político 3.2. Diferentes tipos de riesgo político y su influencia en las inversiones 3.3. Estrategias para reducir el riesgo-país
TEMA 4. EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACION Y LAS FORMAS DE ACCESO.	4.1. Las Razones de la internacionalización o salida al mercado exterior. 4.2. El proceso de planificación estratégica 4.3. Proceso de internacionalización: sus etapas. 4.4. Estrategias de internacionalización: Concepto 4.5. Tipología y formas de acceso
TEMA 5. LAS DECISIONES DE PRODUCTO EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES	5.1. Concepto de producto en el comercio exterior. 5.2. El posicionamiento del producto en los mercados exteriores. La competitividad y valor añadido como factores clave de éxito. 5.3 Estrategia de Concentración vs. Diversificación 5.4. Estrategia de Standarización vs. Adaptación
TEMA 6. LA DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.	6.1. Concepto de canal de distribución en los mercados exteriores. 6.2. Funciones de los intermediarios en el comercio exterior. 6.3. Configuración del canal distribución en las empresas exportadoras. 6.4. Mayoristas y minoristas 6.5. Las tendencias en la distribución en los mercados exteriores
TEMA 7. INCOTERMS: LA FIJACIÓN DE PRECIOS PARA LOS MERCADOS INTERNACIONALES	7.1. Concepto y utilidad de los INCOTERMS. 7.2. Tipología y empleo en la documentación de importación-exportación. 7.3. Casos prácticos
TEMA 8. TRAMITES DEL COMERCIO EXTERIOR	8.1. Las Aduanas y la legislación aduanera. 8.2. Aranceles y cuotas como trabas al comercio internacional. 8.3. El convenio CITES de especies protegidas. 8.4. Otro tipo de barreras al comercio mundial: requisitos técnicos, legales, etc. 8.5. Documentos de la gestión de exportación e importación

**Planificación**



Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Presentación oral	C2 C1 C3	13	26	39
Prueba de respuesta múltiple	B2 B3 C6	0.75	5.25	6
Sesión magistral	A1 A3 B1 B6 B7 B8 B9 B10 B13 B14 C4 C5 C7 C8	17	51	68
Estudio de casos	A6 A12 A19 B4 B5 B11 B12	12	21	33
Atención personalizada		4	0	4

(\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Presentación oral	Como complemento la clase magistral se expondrán trabajos relacionados con temas actuales de Comercio Internacional. Además, se harán preguntas y cuestiones en clase para que los alumnos sepan aplicar los conceptos que se explican en la clase magistral. Los alumnos desarrollarán casos y/o trabajos por grupos reducidos de alumnos. De esta forma se consigue una docencia interactiva, práctica y una participacion activa por parte del alumno a lo largo del cuatrimestre
Prueba de respuesta múltiple	Test de respuesta multiple individual, sobre los conceptos teoricos fundamentales de la asignatura. Cada pregunta mal contestada penaliza la calificación de la prueba.
Sesión magistral	Explicación de los contenidos que conforman el marco teórico de la materia mediante la exposición oral, guiada con el uso de presentaciones, a través de medios audiovisuales y con la introducción de cuestiones dirigidas al alumnado con la finalidad de favorecer su aprendizaje. Se podrá indicar al alumnado bibliografía complementaria específica para cada uno de los temas. Se llevará un control de asistencia que será tenido en cuenta y valorado en la calificación de la asignatura, así como la participación activa del alumnado y sus aportaciones.
Estudio de casos	Análisis y desarrollo de casos prácticos relacionados con el Comercio internacional. Su desarrollo se hará en clase, en grupos de trabajo. Se escogeran temas de actualidad o relevancia

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos Sesión magistral Presentación oral	Los diferentes miembros del grupo podrán consultar las dudas correspondientes al desarrollo de los casos prácticos/lecturas que deberán presentar o exponer.  Asimismo, si se tiene alguna duda relativa al material explicado en clase, puede consultarse con el docente en su despacho o fijar otro momento para aclarar dudas y facilitar el seguimiento del alumno.  Para el alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se acordará un calendario específico de tutorías, compatible con su dedicación.

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Estudio de casos	A6 A12 A19 B4 B5 B11 B12	Se facilitarán textos y lecturas sobre empresas y casos reales que deberán ser trabajados por el alumno en grupo para su posterior exposición en publico. Las lecturas serán facilitadas por el profesor.	50



Prueba de respuesta múltiple	B2 B3 C6	<p>Preguntas Test de respuesta múltiple (cuatro opciones). Las preguntas mal contestadas penalizan. La prueba de respuesta múltiple establece un mínimo para poder superar la asignatura. Es decir, independientemente de la calificación alcanzada en la parte práctica, si no se alcanzase una puntuación mínima de 4,5 puntos sobre 10 en la prueba de respuesta múltiple no se computará esta nota y la asignatura se considerará como no superada.</p> <p>En el caso de no ser superado el examen test y, por tanto, no aprobarse la asignatura, la calificación final que figurará en la correspondiente acta será la alcanzada en dicho examen test y ponderada al 50%.</p>	50
------------------------------	----------	--	----

### Observaciones evaluación

Calificación de no presentado: corresponde al alumno cuando sólo participe en actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la calificación final, con independencia de la puntuación obtenida.

En la convocatoria adelantada y en la segunda oportunidad, se seguirá el mismo criterio del 50% para las pruebas de respuesta múltiple y 50% para el estudio de casos.

Para el alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, tanto en la primera como en la segunda oportunidad, los criterios de evaluación se regirán por la realización de una prueba mixta, con un peso del 100% sobre la calificación. se tratará de una prueba en la que se incluirán cuestiones teóricas y prácticas y en la que el alumnado tendrá que demostrar haber alcanzado las competencias y los resultados de aprendizaje de la materia.

### Fuentes de información

<b>Básica</b>	<p>ICEX: Financiación estructurada de operaciones de comercio exterior, ICEX 2003 Molina, L.: El crédito documentario y sus documentos. Fundación Confemetal, 2002 Serantes, P: Análisis práctico de los diferentes medios de pago, ICEX 2003 Enríquez, J.J.: Transporte internacional de mercancías, ICEX 2004 Serantes, P: Los documentos comerciales, auxiliares y financieros en el comercio exterior. ICEX 2004 ICEX, CONSEJO SUPERIOR DE CAMARAS, Estrategia y gestión del comercio exterior. 2005 Cámara de Madrid, Práctica de contratación internacional. Cámara de Madrid, 2000 Roca, J.L.: El arbitraje en la contratación internacional, ICEX 1994 ICEX, CONSEJO SUPERIOR DE CAMARAS, COMERCIO EXTERIOR. CURSO ESPECIALISTAS. 1995 Llamazares, Olegario: ?Casos de Negociación Internacional?. Global Marketing Strategies, S.L.,2016 Cabrera, Alfonso: ?Casos de Gestión Administrativa del Comercio Internacional?. Global Marketing Strategies, S.L.,2015 Martín, Miguel Angel; Martínez, Ricardo: ?Manual Práctico de Comercio Exterior?. FC Editorial. 5ª Edición 2014 González, Isabel; Martínez, Ana Isabel; Otero, Mª Carmen; González, Encarnación. ?Manual del Comercio Exterior de la Empresa?. ESIC Editorial. 3ª Edición 2014. Webs de interés <a href="http://foreigntrade20.com/">http://foreigntrade20.com/</a>  <a href="http://www.plancameral.org/web/portal-internacional">http://www.plancameral.org/web/portal-internacional</a> <a href="http://www.cesce.es/">http://www.cesce.es/</a>  <a href="http://www.icex.es/icex/es/index.html">http://www.icex.es/icex/es/index.html</a><a href="http://www.icex.es/icex/es/navegacion-zona-personal/mi-pagina/servicios/pasaporte-exterior/index.html">http://www.icex.es/icex/es/navegacion-zona-personal/mi-pagina/servicios/pasaporte-exterior/index.html</a> . Para acceder a esta página de ?Pasaporte al Exterior? es necesario estar registrado.<a href="http://www.kiosko.net">www.kiosko.net</a></p>
<b>Complementaria</b>	

### Recomendaciones

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

**Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente**

**Asignaturas que continúan el temario**



## Otros comentarios

<p>Se controlará la asistencia a clase, así como la participación activa del alumnado y sus aportacións. En las calificacións podrán ser tenidas en cuenta estas tres variables de asistencia, aportaciones y participación.</p>

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías