



Guía Docente				
Datos Identificativos			2021/22	
Asignatura (*)	Comercio Exterior		Código	650G01041
Titulación	Grao en Ciencias Empresariais			
Descriptoros				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Naya Mosquera, José Luis	Correo electrónico	jose.luis.naya@udc.es	
Profesorado	Naya Mosquera, José Luis	Correo electrónico	jose.luis.naya@udc.es	
Web				
Descrición xeral	Coñecemento do funcionamento e institucións do Comercio internacional. Coñecemento sobre o proceso de posicionamento en terceiros mercados (Internacionalización). Análise das variables do marketing internacional. Documentos e trámites de comercio internacional. Nocións sobre Negociación Internacional.			
Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Os contidos non terán modificación, salvo causa excepcional e previo acordo co alumnado. 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen Mantéñense todas as metodoloxías descritas, ca peculiaridade de que serán desenvolvidas na plataforma virtual, Teams no seu caso. Tanto as clases maxistras como os estudos de casos serán traballados polos alumnos, en grupo ou individualmente e presentados na plataforma. *Metodoloxías docentes que se modifican Non haberá modificacións. 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Manterase a atención personalizada ós alumnos, pero de forma virtual, previo acordo da correspondente cita co profesor. 4. Modificacións na avaliación Neste caso, a proba tipo test será substituída pola avaliación continua e os traballos en grupo, así como un traballo individual. *Observacións de avaliación: A avaliación continúa e os traballos en grupo pasarán a ter un peso do 70% para a nota final e o traballo individual terá un peso do 30% sobre a nota final. 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non se contemplan			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A1	CE1 - Aprender a aprender, por exemplo, cómo, cando, onde novos desenvolvementos persoais son necesarios.
A3	CE3 - Comprender detalles do funcionamento empresarial, tamaño de empresas, rexións xeográficas, sectores empresariais, vinculación con coñecemento e teorías básicas.
A6	CE6 - Comprender os principios da enxeñaría e vincularlos co coñecemento empresarial.



A12	CE12 - Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.
A19	CE19 - Identificar novos desenvolvementos de organizacións empresariais para afrontar con éxito o entorno cambiante.
B1	CB1 - Que os estudantes demostrasen posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeneral, e se adoita encontrar a un nivel que, se ben se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo.
B2	CB2 - Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
B3	CB3 - Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
B4	CB4 - Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado.
B5	CB5 - Que os estudantes desenvolvesen aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
B6	CG1 - Que os estudantes formados sexan profesionais versátiles, capacitados tanto de iniciar o seu propio negocio como de desempeñar labores de deseño, planificación, organización, xestión, asesoramento e avaliación nas áreas e departamentos contables, financeiros e fiscais de organizacións empresariais, con especial referencia ás pequenas e medianas empresas.
B7	CG2 - Que os estudantes posúan unha elevada capacitación metodolóxica de xestión e tratamento da información que lles proporcione vantaxes competitivas, non só no seu labor profesional, senón nunha sociedade global en permanente transformación. Para iso, o Grao debe estar dotado dun axeitado nivel de interdisciplinidade, transversalidade e integración nas súas materias.
B8	CG3 - Que os estudantes presten especial atención aos cambios que, tanto en conceptos, coma en metodoloxía ou en aplicacións, implican no mundo empresarial as novas tecnoloxías da información e as comunicacións. Así mesmo deben poder obter e actualizar os coñecementos específicos que teñan como base a aparición de novas leis e regulamentos que afecten ao mundo fiscal, financeiro ou contable.
B9	CG4 - Que os estudantes integren a aprendizaxe na súa vida e no seu labor profesional, a través da metodoloxía de ensino que lles achega o Grao, o cal lles proporciona unha formación básica xeral que servirá como puntal para a formación continua ao longo da vida.
B10	CG5 - Que os estudantes teñan unha perspectiva integral e destreza no manexo dos conceptos, técnicas e ferramentas empregados en cada unha das diferentes áreas funcionais, con especial referencia ás contables, financeiras e fiscais da empresa; así como entender as relacións que existen entre elas e cos obxectivos xerais da organización. Todo iso tendo en conta os principios de sustentabilidade e responsabilidade social das mesmas.
B11	CG6 - Que os estudantes saiban identificar e anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar a información, realizar asesoramento fiscal e contable, control orzamentario, xestión de tesouraría, auditorías de contas e temas concursais (suspensións de pagamentos e quebras), tomar decisións en condicións de incerteza e avaliar resultados.
B12	CG7 - Que os estudantes sexan capaces de liderar proxectos nas áreas de valoración da empresa, de dirección estratéxica e financeira; deben poder entender a información contable das empresas co fin de obter conclusións e realizar predicións tanto sobre rendementos coma sobre riscos futuros.
B13	CG8 - Que os estudantes identifiquen os requisitos legais da información financeira aos que a empresa debe enfrontarse.
B14	CG9 - Que os estudantes manifesten respecto aos dereitos fundamentais e de igualdade entre homes e mulleres, o respecto e a promoción dos Dereitos Humanos e os principios de igualdade de oportunidades, non discriminación e accesibilidade universal das persoas con discapacidade.
C1	CT1 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C2	CT2 - Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.
C3	CT3 - Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	CT4 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C5	CT5 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C6	CT6 - Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C7	CT7 - Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.



C8	CT8 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.
----	---

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título	
Identificar novos desenvolvementos de organizacións empresariais para afrontar con éxito o entorno cambiante.	A19	B1 B2	
Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.		B2 B3 B4 B11 B13	C6
Comprender detalles do funcionamento empresarial, tamaño de empresas, rexións xeográficas, sectores empresariais, vinculación con coñecemento e teorías básicas.	A3	B2 B8 B12	C5
Identificar aspectos relacionados e comprender o seu impacto na organización empresarial.	A6		
Comprender os principios da psicoloxía, identificar as implicacións para a organización empresarial. Comprender os principios éticos, identificar as implicacións para as organizacións empresariais, deseño de escenarios. Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.	A12		
Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma			C1 C2
Aprender a aprender, por exemplo, cómo, cando, onde novos desenvolvementos persoais son necesarios.	A1	B3 B5 B6 B7 B9 B10 B14	C3 C4 C7 C8

Contidos	
Temas	Subtemas
TEMA 1. CONCEPTOS FUNDAMENTAIS	1.1. Importancia e desenvolvemento do comercio exterior 1.2. Definición de mercadotecnia internacional 1.3. Fundamentos de mercadotecnia (internacional) 1.4. Organismos Internacionais: OMC, GATT, BM e FMI 1.5. Funcionamento, características e estrutura do Comercio Mundial.
TEMA 2. ANÁLISE DO ÁMBITO CULTURAL E ECONÓMICO	2.1. Importancia da cultura ou factores culturais 2.2. Elementos socioculturais: grupos referencia e elementos culturais 2.3. Características do mercado 2.4. A Integración económica e as súas formas de desenvolvemento. 2.5. Fontes de financiamento e risco financeiro 2.6. Administración do risco financeiro
TEMA 3. ANÁLISE DO ÁMBITO POLÍTICO-LEGAL	3.1. Factores que afectan ao risco político 3.2. Diferentes tipos de risco político e a súa influencia nos investimentos 3.3. Estratexias para reducir o risco-país



TEMA 4. O PROCESO DE INTERNACIONALIZACION E AS FORMAS DE ACCESO	4.1. As Razóns da internacionalización ou saída ao mercado exterior. 4.2. O proceso de planificación estratéxica 4.3. Proceso de internacionalización: as súas etapas. 4.4. Estratexias de internacionalización: Concepto 4.5. Tipoloxía e formas de acceso
TEMA 5. AS DECISIÓNS DE PRODUTO NOS MERCADOS INTERNACIONAIS	5.1. Concepto de produto no comercio exterior. 5.2. O posicionamento do produto nos mercados exteriores. A competitividade e valor engadido como factores clave de éxito. 5.3 Estratexia de Concentración vs. Diversificación 5.4. Estratexia de Standarización vs. Adaptación
TEMA 6. A DISTRIBUCIÓN E COMUNICACIÓN NOS MERCADOS INTERNACIONAIS.	6.1. Concepto de canle de distribución nos mercados exteriores. 6.2. Funcións dos intermediarios no comercio exterior. 6.3. Configuración da canle distribución nas empresas exportadoras.
TEMA 7. INCOTERMS: A FIXACIÓN DE PREZOS PARA OS MERCADOS INTERNACIONAIS	7.1. Concepto e utilidade dos INCOTERMS. 7.2. Tipoloxía e emprego na documentación de importación-exportación.
TEMA 8. TRAMITES DO COMERCIO EXTERIOR	8.1. As Aduanas e a lexislación aduaneira. 8.2. Aranceis e cotas como trabas ao comercio internacional. 8.3. Outro tipo de barreiras ao comercio mundial: requisitos técnicos, legais, etc. 8.4. Documentos da xestión de exportación e importación

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Presentación oral	C1 C2 C3	13	26	39
Proba de resposta múltiple	B2 B3 C6	0.75	5.25	6
Sesión maxistral	A1 A3 B1 B6 B7 B8 B9 B10 B13 B14 C4 C5 C7 C8	17	51	68
Estudo de casos	A6 A12 A19 B4 B5 B11 B12	12	21	33
Atención personalizada		4	0	4
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Presentación oral	Como complemento a clase maxistral expoñeranse traballos relacionados con temas actuais de Comercio Internacional. Ademais, faranse preguntas e cuestións en clase para que os alumnos saiban aplicar os conceptos que se explican na clase maxistral. Os alumnos desenvolverán casos e/ou traballos por grupos reducidos de alumnos. Desta forma conséguese unha docencia interactiva, práctica e unha participación activa por parte do alumno ao longo do cuadrimestre.
Proba de resposta múltiple	Test de resposta mltiple individual, sobre os conceptos teóricos fundamentais da materia. Cada pregunta mal contestada penaliza a cualificación da proba.



Sesión maxistral	Explicación dos contidos que conforman o marco teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentacións, a través de medios audiovisuais e coa introdución de cuestións dirixidas ao alumnado coa finalidade de favorecer a súa aprendizaxe. Poderase indicar ao alumnado bibliografía complementaria específica para cada un dos temas. Levarase un control da asistencia as clases que será tida en conta e valorada na calificación da asignatura, así como a participación do alumno e as aportacións que se fagan.
Estudo de casos	Análise e desenvolvemento de casos prácticos relacionados co Comercio internacional. O seu desenvolvemento farase en clase, en grupos de traballo. Escolleranse temas de actualidade ou relevancia

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos Sesión maxistral Presentación oral	Os diferentes membros do grupo poderán consultar as dúbidas correspondentes ao desenvolvemento dos casos prácticos/lecturas que deberán presentar ou expoñer. Asímesmo, se se ten algunha dúbida relativa ao material explicado en clase, pódese consultar co docente no seu despacho ou fixar outro momento para aclarar dúbidas e facilitar o seguimento do alumno. Para o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, acordarase un calendario específico de tutorías compatible coa súa dedicación.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Estudo de casos	A6 A12 A19 B4 B5 B11 B12	Facilitaranse textos e lecturas sobre empresas e casos reais que deberán ser traballados polo alumno en grupo para a súa posterior exposición en público. As lecturas serán facilitadas polo profesor ao finalizar cada tema teórico. Poderanse traballar temas de actualidade, a proposta do profesor, tanto individualmente como en grupo.	50
Proba de resposta múltiple	B2 B3 C6	Preguntas Test de resposta múltiple (catro opcións). As preguntas mal contestadas penalizan. A proba de resposta múltiple establece un mínimo para poder superar a materia. É dicir, independentemente da cualificación alcanzada na parte práctica, se non se alcanzase unha puntuación mínima de 4,5 puntos sobre 10 na proba de resposta múltiple non se computará esta nota e a materia considerárase como non superada. No caso de non ser superado o exame test e, por tanto, non aprobarse a materia, a cualificación final que figurará na correspondente acta será a alcanzada no devandito exame test e ponderada ao 50%.	50

Observacións avaliación



Cualificación de non

presentado: corresponde ao alumno cando só participe en actividades de

avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% sobre a

cualificación final, con independencia da puntuación obtida. Na convocatoria adiantada e para a segunda oportunidade seguirase os mesmos criterios que para a primeira oportunidade.

Para o alumnado con recoñecemento de dedicación parcial e dispensa académica de asistencia, tanto na primeira coma na segunda oportunidade, excepto para as datas aprobadas na Xunta de Facultade no que compete á proba obxectiva, para as restantes probas acordarase, ao comezo do curso, un calendario específico de datas, compatible coa súa dedicación.

Fontes de información

Bibliografía básica

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 <http://foreigntrade20.com/> <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional> <http://www.cesce.es/> <http://www.icex.es/icex/es/index.html> <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-zona-personal/mi-pagina/servicios/pasaporte-exterior/index.html> . Para acceder a esta página de ?Pasaporte al Exterior? es necesario estar registrado. www.kiosko.net

Bibliografía complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

<p>Controlarase a participación activa do alumnado e as súas aportacións. Deste xeito, estas variables, poderán ser tidas en conta para a calificación final.</p>

(*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías