		Guia d	ocente			
	Datos Identi	ificativos				2022/23
Asignatura (*)	Internacionalización de la Empres	a de Moda			Código	710G03025
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Mod	da				'
		Descri	ptores			
Ciclo	Periodo	Cui	rso		Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Terd	cero		Obligatoria	6
Idioma	Inglés					
Modalidad docente	Presencial					
Prerrequisitos						
Departamento	Empresa					
Coordinador/a	Crespo Pereira, Verónica	Crespo Pereira, Verónica Correo electrónico veronica.crespo@udc.es				
Profesorado	Crespo Pereira, Verónica Correo electrónico veronica.crespo@udc.es					
Web	humanidades.udc.es/estudos/gim					
Descripción general	La asignatura aborda con carácte	r general los c	onceptos básico	s de la ir	nternacionalizac	ión, las instituciones de comerc
	internacional, así como las nocion	nes básicas pa	ra el diseño de u	ın plan d	e internacionaliz	zación.

	Competencias / Resultados del título
Código	Competencias / Resultados del título
A8	Ser capaz, en base al conocimiento del entorno social, de diseñar y poner en marcha estrategias de marketing eficaces, que contemplen
	especialmente las variables de comunicación y distribución: mensajes, medios, canales, relación con el cliente, etc,
A11	Ter unha perspectiva internacional do sector da moda e dominar ferramentas de planificación e xestión das estratexias de internacionalización posibles.
B1	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	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
В3	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	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B6	Capacidad para la cooperación, el trabajo en equipo y el aprendizaje colaborativo en entornos interdisciplinares
B7	Capacidad para analizar tendencias (razonamiento crítico).
B8	Capacidad de planificación, organización y gestión de recursos y operaciones
В9	Capacidad de análisis, diagnóstico y toma de decisiones
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
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.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía respetuosa con la cultura democrática, los derechos humanos y la perspectiva de género.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C7	Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares o transdisciplinares, para ofrecer propuestas que contribuyan a un
	desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la
	sociedad.
C9	Tener la capacidad de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos.

Resultados de aprendizaje					
Resultados de aprendizaje			Competencias / Resultados del título		
		B2	C2		
		В3	C3		
		B4	C4		
		В6	C5		
		В7	C7		
		В9	C8		
			C9		
Conocer los procesos de internacionalización para la generación de planes estatrégicos y operativos adecuados		B2	C2		
		В6	C5		
		B8	C9		
Realizar análisis adecuadamente argumentados para la toma de decisión en torno a la internacionalización de la empresa de	A11	В3	C2		
moda		B4	C8		
		В6	C9		
		В7			
		B8			
		В9			

	Contenidos
Tema	Subtema
Parte I. Introducción a la internacionalización de la empresa	1.1. Conceptos básicos de internacionalización
de moda	1.2. Teorías del comercio internacional
	1.3. Instituciones de apoyo para la internacionalización
Parte II. La estrategia en la internacionalización en la industria	2.1. El plan de internacionalización en la industria de la moda
de moda	2.2. La empresa de moda en su camino a la internacionalización
	2.3. El plan estratégico de internacionalización
	2.4. Estrategias de internacionalización
Parte III. Marketing internacional en la industria de moda	3.1. El plan de marketing internacional
	3.2. Estrategias de producto en el mercado exterior en la industria de la moda
	3.3. Posicionamiento de la marca en el mercado exterior en la industria de la moda
	3.4. La distribución en el mercado internacional en la industria de la moda
	3.5. El precio en el mercado internacional en la industria de la moda
	3.6. La comunicación en el mercado internacional en la industria de la moda
	3.7. La internacionalización a través del e-commerce en la industria de la moda
	3.8. La negociación internacional en la industria de la moda

Planificación					
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales	
Taller	B3 B4 B6 B7 B8 B9	21	49	70	
	C1 C4 C7 C9				
Presentación oral	B4 B6 C2	3	2	5	
Prueba de respuesta múltiple	A1 A2 B1	1	30	31	

Sesión magistral	A8 A11 B1 B2 C3 C5	21	19	40
	C8			
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
Taller	En los talleres los alumnos recibirán unas instrucciones por parte del docente para guiar el trabajo práctico. Los deberán
	elaborar por grupos dicho trabajo y será desarrollado tanto en el aula (sesión interactiva) como fuera del aula (trabajo
	autónomo) y cuya evidencia será la presentación del mismo por escrito al final del curso.
Presentación oral	Los alumnos realizarán un trabajo final que deberán presentar tanto oralmente como por escrito al final del curso. La defensa
	oral del trabajo, que tendrá su correspondencia por escrito, se realizará la última semana de clases y será objeto de
	evaluación.
Prueba de respuesta	Examen tipo test de respuesta múltiple donde solo una opción es correcta. Las respuestas incorrectas penalizarán.
múltiple	
Sesión magistral	Se expondrán en clase los fundamentos teóricos de la asignatura mediante el uso de apoyo visual y audiovisual.

	Atención personalizada
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Los diferentes miembros del grupo podrán consultar las dudas correspondientes al desarrollo de los casos prácticos/lecturas
Taller	que deberán presentar o exponer en esta parte de la asignatura.
	Por otro lado, si se presenta alguna duda relativa al material explicado en clase, se disponen de horas de tutoría a tal efecto.
	Para el alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se
	acordará un horario específico de tutorías, compatible con su dedicación.
	ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD:
	La asignatura podrá ser adaptada al estudiantado que requiera la adopción de medidas encaminadas al apoyo a la diversidado
	(física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaje o relacionada con la salud mental). De ser el caso, deberán contactar con lo
	servicios disponibles en la UDC/en el centro: en los plazos oficiales estipulados de manera previa a cada cuatrimestre
	académico, con la Unidad de Atención a la Diversidade (https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/); en su defecto, con la
	tutora ADI de la Facultad de Humanidades.

		Evaluación	
Metodologías	Competencias /	Descripción	Calificación
	Resultados		

Prueba de respuesta	A1 A2 B1	Prueba individual de elección múltiple con una sola respuesta correcta. Las	50
múltiple		respuestas incorrectas penalizarán.	
		Todos los materiales y contenidos impartidos y tratados en el aula, ya sea virtual	
		como presencialmente, podrán formar parte de las preguntas del examen. El examen,	
		de carácter individual, deberá prepararse empleando todos los materiales disponibles	
		en la plataforma virtual, es decir, no solo hacer uso de las diapositivas, sino también	
		de las lecturas, materiales audiovisuales y notas que se tomen en el aula.	
Taller	B3 B4 B6 B7 B8 B9	Por grupos, los alumnos deberán presentar un trabajo final. Este trabajo se	40
Tallot	C1 C4 C7 C9	desenvolverá tanto en la clase práctica (sesión interactiva) como fuera de ella (trabajo	10
	0.0.0.00	autónomo). El traballo será presentado por escrito al final del curso. Este deberá	
		respetar los criterios de evaluación socializados en clase. El trabajo escrito supone un	
		40% de la calificación final. Todos los miembros del grupo obtendrán la misma	
		puntuación. Para superar el trabajo práctico, se debe acumular una puntación igual ou	
		superior a 2,5 puntos sobre 5, resultante de la suma del trabajo escrito (40%) y su	
		presentación oral (10%).	
Presentación oral	B4 B6 C2	Todos los miembros del grupo deberán presentar oralmente el trabajo final de la	10
		asignatura. En la parte oral, los alumnos deberán defender adecuadamente los	
		principales puntos del trabajo y demostrar conocimiento del tema, así responder	
		correctamente las preguntas formuladas por el docente en caso de que las hubiera.	
		La evaluación será conjunta en el contenido e individual en la parte oratoria. Ademáis,	
		en esta parte de la evaluación se tendrá en cuenta la asistencia y participación en la	
		clase durante todo el curso con un máximo de 0,5 puntos.	
		La calificación máxima ponderará el 10% de la calificación final.	

Observaciones evaluación

Primera

oportunidad

Para aprobar

la materia los alumnos deberán aprobar tanto el examen final como el trabajo final con un mínimo de 2,5 sobre 5 para cada una de las partes mencionadas. El mínimo para aprobar es de 5 puntos resultante de la suma de las dos partes. En caso de suspender alguna de las dos partes, en el acta se reflejará la nota de la parte suspensa evaluada mediante una escala de 0 a 10.

Segunda

oportunidad

La parte

suspensa en primera convocatoria será repetida en segunda convocatoria. Los criterios de evaluación para la segunda oportunidad serán los mismos que la de la primera.

Convocatoria

adelantada

De acuerdo a

la normativa de condiciones de evaluación de la oportunidad adelantada, esta será evaluada por medio de una prueba de respuesta múltiple que supondrá el 100 % de la calificación final.

Calificación

de no presentado

Corresponde

al alumno, cuando sólo participe de actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la calificación final, con independencia de la calificación alcanzada.

Estudiantes

con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia

Los alumnos

con "dispensa académica de exención de asistencia" deberán realizar una presentación oral (10%), un trabajo escrito final (40%) y un examen (50%). El trabajo práctico se deberá trabajar de forma autónoma. Para superar la asignatura deberá alcanzar un mínimo de 2,5 puntos sobre 5 en el examen y otro 2,5 sobre 5 en la parte práctica. Se necesitan 5 puntos para superar la materia.

Otras pautas

Para el

examen se prohíbe la introducción de cualquier dispositivo tecnológico en el aula. Se calificará con un suspenso (0) en la materia en su totalidad en caso de caso de fraude en pruebas y exámenes.

	Fuentes de información
Básica	Cabrera, A.: ?Casos de Gestión Administrativa del Comercio Internacional?. Global Marketing StrategiesJin, B.,
	Cedrola, E. (2016). Fashion brand internationalization. Opportunities and challenges. Palgrave Studies in Practice.
	Llamazares, O.(2016). Casos de Negociación Internacional. Global Marketing Strategies. Martín, M.A.; Martínez, R.
	(2014). Manual Práctico de Comercio Exterior. FC Editorial.Roca, J.L.(1994). El arbitraje en la contratación
	internacional.
Complementária	



Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Fundamentos de Gestión de la Empresa de Moda/710G03004
Marketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios

(*) 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