



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2015/16
Subject (*)	Comercio Exterior		Code	650G01041
Study programme	Grao en Ciencias Empresariais			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	2nd four-month period	Fourth	Optativa	6
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinador	Calvo Porral, Cristina	E-mail	cristina.calvo@udc.es	
Lecturers	Calvo Porral, Cristina Losada López, José María	E-mail	cristina.calvo@udc.es jose.maria.losada@udc.es	
Web				
General description	Coñecemento do funcionamento e institucións do Comercio internacional. Análise das variables da Mercadotecnia internacional. Documentos e trámites de comercio internacional			

Study programme competences

Code	Study programme competences
A1	CE1 - Aprender a aprender, por exemplo, cómo, cómo, 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.
A12	CE12 - Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.
A16	CE16 - Identificar aspectos relacionados e comprender o seu impacto na organización empresarial.
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.

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
Identificar novos desenvolvementos de organizacións empresariais para afrontar con éxito o entorno cambiante.	A19	B1 B2	
Aprender a aprender, por exemplo, cómo, cando, onde novos desenvolvementos persoais son necesarios.	A1	B3 B5 B6 B7 B9 B10	C3
Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.			C1 C2
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
Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.	A12		
Identificar aspectos relacionados e comprender o seu impacto na organización empresarial.	A16		



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.		B14	C4 C7 C8
--	--	-----	----------------

Contents	
Topic	Sub-topic
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. 6.4. Almacenistas e detallistas 6.5. As tendencias na distribución nos mercados exteriores
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. 7.3. Casos prácticos
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. O convenio CITES de especies protexidas. 8.4. Outro tipo de barreiras ao comercio mundial: requisitos técnicos, legais, etc. 8.5. Documentos da xestión de exportación e importación

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Oral presentation	C1 C2 C3	13	26	39
Multiple-choice questions	B2 B3 C6	0.75	5.25	6



Guest lecture / keynote speech	A1 A3 A16 B1 B6 B7 B8 B9 B10 B13 B14 C4 C5 C7 C8	17	51	68
Case study	A12 A19 B4 B5 B11 B12	12	21	33
Personalized attention		4	0	4

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

Methodologies	
Methodologies	Description
Oral presentation	Como complemento a clase maxistral expoñeranse traballos relacionados con temas actuais de Comercio Internacional, sobre as lecturas que se faciliten aos alumnos polo profesor. 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.
Multiple-choice questions	Test de resposta mltiple individual, sobre os conceptos teóricos fundamentais da materia. Cada pregunta mal contestada penaliza a cualificación da proba.
Guest lecture / keynote speech	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.
Case study	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

Personalized attention	
Methodologies	Description
Oral presentation Guest lecture / keynote speech Case study	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

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Multiple-choice questions	B2 B3 C6	Preguntas Test de resposta múltiple (catro opcións). As preguntas mal contestadas penalizan. A proba de resposta múltiple establece un mínimo ou restrición para poder superar a materia. É dicir, independentemente da cualificación alcanzada na parte práctica, se non se alcanzase unha puntuación mínima de 4,0 puntos sobre 10 na proba de resposta múltiple se computará esta nota e a materia considerárase como non superada.	50
Case study	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.	50



Assessment comments

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 seguirase o mesmo criterio do 50% para as probas de resposta múltiple e 50% para o estudo de casos.

Sources of information

Basic

Complementary

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

Controlarase a asistencia a clase. O profesor resérvase dar unha puntuación adicional de 0,5 a aqueles alumnos que asistiran con regularidade

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.