Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Internacionalización da Empresa de Moda		Código	710G03025
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuadrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	Inglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Crespo Pereira, Verónica	Correo electrónico	veronica.crespo@udc.es	
Profesorado	Crespo Pereira, Verónica	Correo electrónico	veronica.crespo@udc.es	
Web				
Descrición xeral	A material aborda con carácter xeral os conceptos básicos da internacionalización, así como das variables clave para o desenvolvemento do comercio internacional na empresa de moda.			
Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Non se realizarán cambios 2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen ? Sesión maxistral (realizarase de forma virtual, a través de Teams) ? Sesións interactivas para desenvolver e presentar os traballos asignados (realizarase de forma virtual a través de Teams) ? Proba de resposta múltiple (realizarase de forma virtual a través de Moodle) *Metodoloxías docentes que se modifican ? non. 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado ? Os materiais de curso estarán na aula virtual (Moodle). - Titorías: sesións para titorías individuais ou en grupo reducido en Teams 4. Modificacións na avaliación Non se realizarán cambios *Observacións de avaliación: Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente. Requisitos para superar a materia: Mantéñense os mesmos que figuran na guía docente 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía: non hai cambios.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
A8	Ser capaz, con base no coñecemento do contorno social, de deseñar e pór en marcha estratexias de márketing eficaces, que consideren especialmente as variables de comunicación e distribución: mensaxes, medios, canles, relación co 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 o estudantado demostrase posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral, e se adoita atopar 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	Que o estudantado saiba aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dun xeito profesional e posúa 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	Que o estudantado teña 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	Que o estudantado poida transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado.
B6	Capacidade para a cooperación, o traballo en equipo e a aprendizaxe colaborativa en contornos interdisciplinares.
B7	Capacidade para analizar tendencias (razoamento crítico).
B8	Capacidade de planificación, organización e xestión de recursos e operacións.
B9	Capacidade de análise, diagnóstico e toma de decisións.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.
C3	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	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía respectuosa coa cultura democrática, os dereitos humanos e a perspectiva de xénero.

C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C7	Desenvolver a capacidade de traballar en equipos interdisciplinares ou transdisciplinares, para ofrecer propostas que contribúan a un desenvolvemento sostible ambiental, económico, político e social.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.
C9	Ter a capacidade de xestionar tempos e recursos: desenvolver plans, priorizar actividades, identificar as críticas, establecer prazos e cumprilos.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
Comprender o funcionamento empresarial na internacionalización das firmas de moda	A8	B1 B2 B3 B4 B6 B7 B9	C1 C2 C3 C4 C5 C7 C8 C9
Coñecer os procesos de internacionalización para a xeración de planes estatréxicos e operativos adecuados	A8	B2 B6 B8	C2 C5 C9
Realizar análises adecuadamente argumentadas para a toma de decisión en torno á internacionalización da empresa de moda	A11	B3 B4 B6 B7 B8 B9	C2 C8 C9

Contidos	
Temas	Subtemas
Parte I. Introducción á internacionalización da empresa de moda	1.1. Concepto de comercio exterior 1.2. Mercadotecnia internacional 1.3. Bases da mercadotecnia internacional na industria da moda 1.4. Estructura, funcionamento do comercio internacional na industria da moda 1.5. Internacionalización manufactureira vs. internacionalización detallista na industria da moda 1.6 Intitucións de apoio para o posicionamiento da empresa de moda en terceiros países (IGAPE, ICEX...) 1.7. Negociación internacional na industria da moda
Parte II. O proceso de internacionalización na industria da moda	2.1. A internacionalización e mercado exterior na industria da moda 2.2. O plan de internacionalización na industria da moda 2.3. O proceso de planificación estratéxica na industria da moda 2.4. Proceso de internacionalización na industria da moda 2.5. Estratexias de internacionalización e posicionamiento en terceiros países e novos mercados na industria da moda

Parte III. A mercadotecnia internacional na industria da moda	4.1. Concepto de produto no mercado exterior na industria da moda 4.2. Posicionamento da marca no mercado exterior na industria da moda 4.3. A distribución no mercado internacional na industria da moda 4.4. A función dos intermediarios no comercio exterior en na canle de distribución nas empresas exportadoras na industria da moda 4.5. O prezo no mercado internacional na industria da moda 4.6. A comunicación no mercado internacional na industria da moda 4.7. A internacionalización a través do e-commerce na industria da moda

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Obradoiro	B3 B4 B6 B7 B8 B9 C1 C4 C7 C9	21	49	70
Presentación oral	B4 B6 C2	3	2	5
Proba de resposta múltiple	A1 A2 B1	1	30	31
Sesión maxistral	A11 A8 B1 B2 C3 C5 C8	21	19	40
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
Obradoiro	Nos obradoiros, os alumnos recibirán instruccións por parte do docente para guiar o traballo práctico. Deberán elaborar por grupos un traballo final que será desarrollado tanto na aula (sesión interactiva) como fora dela (traballo autónomo) e a súa evidencia será a presentación do mesmo por escrito ó final do curso.
Presentación oral	Os alumnos realizarán un traballo final que deberán presentar tanto oralmente como por escrito ó final do curso. A defensa oral do traballo realizarase a última semana de clases e será obxeto de avaliación.
Proba de resposta múltiple	Exame test de resposta múltiple onde tan só unha opción é a correcta. As respostas incorrectas no penalizarán.
Sesión maxistral	A teoría da materia apoiarase en transparencias e material audiovisual

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral Obradoiro	Os diferentes membros dos grupos poderán consultar as dudas correspondientes ó desarrollo dos casos prácticos/lecturas que deberán presentar ou expoñer nesta parte da materia. Por outro lado, si se presenta algunha dúbida relativa ó material explicado na clase, ponse a disposición do alumno horas de tutorías a tal efecto. Para o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica, de exención de asistencia, acordarase un horario específico de tutorías, compatible coa súa dedicación.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	**Cualificación**

Proba de resposta múltiple	A1 A2 B1	Exame tipo test. Evaluarase o coñecemento teórico da materia	50
Obradoiro	B3 B4 B6 B7 B8 B9 C1 C4 C7 C9	Ó final do curso o alumno presentará un plan de internacionalización dunha empresa de moda.	40
Presentación oral	B4 B6 C2	Os alumnos presentarán oralmente o plan de internacionalización da empresa de moda. Valorarase a súa actuación de acordo ós criterios de profesionalidade, resposta correcta ás preguntas plantexadas, así como concisión e claridade na exposición	10

Observacións avaliación
Para aprobar a materia os alumnos deberán aprobar tanto o exame final coma o traballo final cun mínimo de 2,5 sobre 5 para cada unha das partes mencionadas. O mínimo para aprobar é de 5 puntos resultante da suma das dúas partes. Os alumnos con "dispensa académica de exención de asistencia" requeriráselle da presentación oral (10% da puntaxe), o traballo escrito final (40% da puntaxe) e exame (40% da puntaxe). O traballo práctico deberase traballar de forma autónoma. Para superar a asignatura deberá acadar no exame final un mínimo de 2,5 puntos sobre 5, así como na parte práctica (presentación oral e traballo escrito) un mínimo de 2,5 puntos sobre 5. O mínimo para pasar a materia é de 5 puntos. Para o exame prohíbese a introdución de cualquera dispositivo tecnolóxico na aula.

Fontes de información	
Bibliografía 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.
Bibliografía complementaria	

Recomendacións
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Fundamentos de Xestión da Empresa de Moda/710G03004 Márketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012
Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Materias que continúan o temario
Observacións

(*)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 dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías