

Comercio Exterior I (21868)

Titulación/estudio: Grado en Ciencias Empresariales

Curso: tercero/cuarto

Trimestre: tercero

Número de créditos ECTS: 5 créditos

Horas de dedicación del estudiante: 125 horas

Lengua o lenguas de la docencia: español

Profesor: José-Julio Rodríguez Farfán de los Godos

1. Presentación de la asignatura

La asignatura de Comercio Exterior I es una asignatura obligatoria que se imparte en el tercer trimestre del tercer/cuarto curso del Grado de Ciencias Empresariales

La presencia de una empresa en el mercado internacional es mucho más compleja que en el mercado interno, puesto que las variables con que se trabaja son más amplias y cambiantes – diferentes mercados, ciclos de vida de los productos más largos, diferentes competidores, diferentes intermediarios y formas de entrada e implantación en cada mercado, diferentes tipologías de consumidores y utilizadores, distintas legislaciones,

El objetivo de la asignatura es proporcionar al alumno los conocimientos, herramientas y habilidades que le permitan gestionar de forma adecuada la operativa interna del proceso de internacionalización de la empresa

El alumno al finalizar el curso habrá adquirido las capacidades necesarias para su futuro desarrollo profesional en el departamento de comercio exterior de una empresa que realiza actividad internacional

2. Competencias que se han de alcanzar

Competencias generales	Competencias específicas
Instrumentales	1. Capacidad de organizar y planificar
1. Capacidad de análisis y síntesis	2. Conocimiento del marco general básico
2. Desarrollo de un pensamiento lógico	3. Aplicación de las diferentes herramientas
Crítico y estratégico que permita el	que permitan la recepción o entrega de una
conocimiento del departamento en su	mercancía de otro país
integridad dentro del entorno socio-	

cultural en que se mueve	4. Conocimiento de los diferentes conceptos que conducen a la obtención de un precio de compra-venta en los mercados exteriores en función de la situación de entrega o recepción de la mercancía
3.Habilidad para trabajar en equipo	
4.Saber aplicar el conocimiento teórico a la práctica	5.Conocimiento de las diferentes formas legales que permiten establecer una relación contractual con las distintas figuras que intervienen en las operaciones comerciales internacionales así como de las diferentes formas de cobro/pago y financiación con las que se opera en el comercio internacional
5.Capacidad para afrontar y resolver problemas	
Interpersonales	
4. Profundo sentido y compromiso moral y ético	6.Adquirir la capacidad de expresar ideas y emociones de manera oral y escrita, organizar actitudes y planificar estratégicamente conductas
5. Capacidad para adaptarse, trabajar y liderar grupos internacionales y multiculturales, interdisciplinarios, competitivos, cambiantes y complejos	7.Capacidad para afrontar y entender la cultura y el ambiente empresarial y proponer soluciones reales a problemas concretos de la organización
6. Capacidad de expresión oral y empática	
Sistèmicas	8.Capacidad para contrastar los conocimientos adquiridos en el proceso de formación y adaptarlos a situaciones reales
7. Capacidad de observación	
8. Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones	
9. Capacidad emprendedora y de autoaprendizaje	
10.Disposición hacia la movilidad geográfica	

3. Contenidos

- Tema I El entorno internacional
- Tema II La aduana y el comercio internacional. Incoterms y precios internacionales
- Tema III La documentación en el comercio internacional
- Tema IV Los medios de transporte internacional
- Tema V Medios de cobro/pago internacionales
- Tema VI La financiación de las operaciones comerciales internacionales
- Tema VII Los contratos en la compra-venta internacional
- Tema VIII La promoción y los mercados exteriores

4. Evaluación

Examen final tipo test que supondrá el 70% de la nota final de la asignatura.

Clases de práctica que se desarrollaran en los seminarios a partir de la semana 4. Las prácticas consisten en la realización de casos relacionados con la teoría expuesta en clase. La valoración se realizará en base a su estudio, preparación y resolución de los mismos en la clase y a la entrega al final de la misma y su contribución a la nota final de la asignatura será de un 30%

Es necesario obtener una nota mínima de 4,0 en el examen final para realizar la media ponderada con las prácticas

Los criterios son válidos tanto para el examen de evaluación del mes de Junio como para el examen de recuperación

El alumno/a que no se presente a la evaluación final (examen ordinario) de la asignatura no podrá presentarse a la recuperación de la misma.

5. Material y Bibliografía

Dossier de transparencias que será de utilidad para seguir las explicaciones teóricas. Es recomendable que el alumno se lea el material teórico antes de cada clase

Dossier de ejercicios y casos prácticos, en base a los cuales se realizarán las clases prácticas. Alguno de los ejercicios de este dossier será realizado también en la clase teórica

Libros de orientación y consulta:

Manual de Internacionalización

Jesús Arteaga Ortiz. Coordinador.

Manuales ICEX-CECO

Curso Básico sobre Operativa y Práctica del Comercio Exterior 2ª edición.

Varios autores:

Edita Instituto Español de Comercio Exterior con la colaboración del Consejo Superior de Cámaras de Comercio

Curso Superior Estrategia y Gestión del Comercio Exterior 4ª edición

Varios autores

Edita Instituto Español de Comercio Exterior

Consejo superior de Cámaras de comercio

Guía ICC del Comercio Internacional. 4ª Edición

Autor: Guillermo C. Jiménez

Edita: ICC Cámara de Comercio Internacional

Guía Práctica de los INCOTERMS 2010

Autor: Sr. Olegario Llamazares

Edita: Global Marketing Strategies S.L.

Webs de interés

www.icex.es

www.cesce.es

www.camaras.org

6. Metodología

Clases teóricas presenciales.

Las clases de prácticas se desarrollan a partir de la semana 4 y se basarán en casos prácticos que deberán ser estudiados y resueltos en clase.

7. Programación de actividades

<i>Semana</i>	<i>Actividad en aula</i>	<i>Actividad fuera del aula</i>
Semana 1	Sesión 1 y Sesión 2 El entorno internacional. Proceso de globalización. Las diferencias de los mercados. Organizaciones económicas internacionales	Estudio del tema I , resolución y presentación del test correspondiente a dicho tema
Semanas 2-3	Sesión 1 y Sesión 2 La Aduana en el comercio exterior. Los Incoterms 2010. El arancel y aduanero Fijación de precios internacionales. La deuda aduanera. y los regímenes aduaneros	Estudio del tema II y resolución y presentación del test correspondiente a dicho tema
Semana 4	Sesión 1 y Sesión 2 La documentación en el comercio internacional Transporte internacional Concepto, organización y medios Sesión 3 Práctica: Realización y entrega del Caso Industrias Pon	Estudio del tema III, resolución y presentación del test correspondiente a dicho tema
Semana 5	Sesión 1 y Sesión 2 Preparación de la mercancía para el transporte Formas de comercialización del transporte internacional Marco jurídico y criterios de selección de los medios de transporte internacional Sesión 3 Práctica: Realización y entrega del Caso A S C Brasil	Estudio del tema IV, resolución y presentación del test correspondiente a dicho tema
Semana 6	Sesión 1 y Sesión 2	

	Medios de Pago Internacionales Características generales. Cheques, Remesas y Crédito documentario Sesión 3 Práctica: Realización y entrega del Caso Industrias PATRI	Estudio del Tema V, resolución y presentación del test correspondiente a dicho tema
Semana 7	Sesión 1 y Sesión 2 Financiación del comercio internacional Alternativas financieras Cobertura de riesgos Apoyo financiero oficial a la internacionalización Sesión 3 Práctica: Realización y entrega del Caso Moto-aguas	Estudio del tema VI,
Semanas 8 - 9	Sesiones 1 y 2 La contratación internacional Concepto y características de los principales contratos de compra-venta internacional Agencia comercial Distribución comercial Transferencia de tecnología Sesión 3 - Semana 8 Práctica: Realización y entrega del Caso “ Creaciones y Diseño” Sesión 3 - Semana 9 Práctica: Realización y entrega del Caso Bodegas Castelló.	Estudio del tema VII, resolución y presentación del test correspondiente a dicho tema
Semana 10	Sesión 1 y Sesión 2 Promoción y mercados exteriores Comunicación comercial Instituciones y programas de apoyo a la internacionalización Plan de promoción	Estudio del tema VIII,