



Planificación de la asignatura de:

MEMORIA DOCENTE 2014 2015

COMERCIO EXTERIOR II . Código asignatura 21875

INTRODUCCIÓN

El curso se divide en cuatro partes: el denominado “ proceso de internacionalización para pequeñas y medianas empresas “, desde el inicio hasta el final, siempre siguiendo casos y situaciones reales, por esta razón es un curso avanzado, ya que los conceptos teóricos quedan implícitos en las clases.

PRIMERA PARTE: EXPORTAR - DEPARTAMENTOS DE EXPORTACIÓN.

SEGUNDA PARTE: REDES COMERCIALES INTERNACIONALES - CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

TERCERA PARTE: INVERSIONES AL EXTERIOR: DELEGACIONES COMERCIALES, INVERSIONES PRODUCTIVAS.

CUARTA PARTE: TECNICAS Y INSTRUMENTOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Competencias Generales

Un interés por la internacionalización de las empresas y por la situación global política i económica actual.

Instrumentales

El curso es en Inglés .

Interpersonales

Las clases son muy participativas, es recomendable un cierto grado de actividad y preparación previa de las clases según se va indicando progresivamente. Por este motivo se incluye en el campus global el denominado “ Rincon del Vago “. El seguimiento via Campus virtual , esta recomendado. En el campus se ve la división del temario,

Competencias específicas

Se trata de un curso avanzado , por este motivo es bueno que los alumnos ya tengan conocimientos de marketing, finanzas, relaciones públicas, motivación y gestión de personal.

Planificación.

Las sesiones teóricas dan paso a la sesión del seminario cada semana , sin prever cargas puntuales de trabajo ya que el peso se reparte. Los seminarios son también un modo de reforzar el proceso pedagógico.

ASIGNATURAS DE LAS QUE ES NECESARIO TENER CONOCIMIENTOS PREVIOS

No es necesario tener conocimientos previos de Comercio exterior I , recomendable pero no imprescindible. Se reforzaran durante el curso algunos aspectos que son importantes de recordar.

PROFESOR/RES DE LA ASIGNATURA

Profesor/a responsable: Josep Bertran

Profesor/a de seminarios : Josep Bertrán.

Las resoluciones via “ Role play” son el equivalente a las practicas

Los seminarios comenzaran, cuatro semanas después del inicio de las clases teóricas. Se dividiran el total de los alumnos en varios grupos .

Los seminarios son siempre la resolución de casos practicos con la participación activa de un numero de alumnos asistentes .En tres seminaris es pedirá un esfuerzo adicional para la correcta preparación ,tal como lecturas que se irán indicando previamente.

EVALUACIÓN.

Se hará un examen con 60 preguntas tipos test .Que contará con el 90 % de la nota .

La asistencia a las clases no es obligatoria .

La asistencia a los seminarios cuenta un 10% de la nota. Significa que el examen final cuenta 9 puntos i los seminarios con una asistencia a 4 o más dará un punto a la nota final .

La entrega voluntaria de un trabajo confeccionado durante el curso servirá para mejorar la nota de corte, es decir la nota que la corrección automatizada del tipo test indique. Se puede presentar más de un trabajo. El trabajo sobre instituciones de comercio internacional como se explica en clase se puede hacer entre dos personas. El trabajo es voluntario y no tiene un impacto con la nota de forma directa.

La asistencia a los seminarios se considera como participación.

La recuperación de la asignatura en caso de suspenso, se hace vía un examen escrito de cinco preguntas a desarrollar.

MATERIAL I TRBAJO DE ESTUDIO

Los materiales que usará el profesor, son: Un vídeo al seminario primero, casos a resolver, role plays (que se pueden preparar del ebook), grabaciones de las clases en vídeo, transparencias y power point.

Los materiales están preparados en el campus virtual.

La asignatura está apoyada en el libro:

*Marketing en un mundo global. (castellano)

**Marketing in a global world (en inglés).

*Disponibles en la biblioteca de la UPF.

**Disponibles en ebook en el campus global de la asignatura.

Material de referencia:

Bertrán, J. (2011). Marketing en un mundo global. Ed. Mc-Graw Hill.
Bertran, J. (2007). Marketing Internacional avanzado. Ed. Mc.Graw Hill.
Funes Robert (1996) Marxismo y comercio internacional. Ed. Aguilar.
Kennedy Paul. (1989) Auge y caída de las grandes potencias. Ed. Plaza y Janes.
Arundhati Roy (1977) Power politics. Ed. South end press Cambridge
Piketty Tomas (2014) Capitalismo en el siglo 21.
Czinkota, M.R. y Ronkainen, I.A. (2009) Edición revisada.
Internacional Marketing. Cengage Learning eds. (2009)
Holpp Lawrence. Managing teams. Mc Graw hill (2007).
Andrea de Lenna, Paolo Gubitta. Human resources management for international firms. Mc, Graw hill (2012)

Comentario [Joselo1]: Hay que detallar bien la bibliografía, año, ect.

Bibliografía complementaria

Maalouf Amin. El desajuste del mundo. Alianza editorial. (2010.)

VIDEOTECA.

Empresas estatales de comercio exterior.

http://es.youtube.com/watch?v=fj3UH4E_1M

Trading companies

<http://es.youtube.com/watch?v=7BCxi6xJH-M>

Porqué exportar

<http://es.youtube.com/watch?v=HbV2KBy6h0>

Comisiones a los agentes comerciales

http://es.youtube.com/watch?v=7eE8_4ARsSs

Imagen de marca de país 1

<http://es.youtube.com/watch?v=y0nkp8yvrOU>

Imagen de marca de país 2

<http://es.youtube.com/watch?v=KIS2s2h-jME>

Noam Chomsky and the clash of civilisations.

<http://es.youtube.com/watch?v=qT64TNho59I>

A single story Chimamanda Adichie

<http://www.youtube.com/watch?v=D9Ihs241zeg>

Edward Said on the clash of civilisations

<http://es.youtube.com/watch?v=boBzrqF4vmo>

Globalización anti globalización

<http://es.youtube.com/watch?v=zy-v2URDB6Y>

Negociando a nivel internacional

<http://es.youtube.com/watch?v=yhCPjW1NyAg>

PROGRAMA RESUMIDO DE LA ASIGNATURA

COMERCIO EXTERIOR II

PRIMERA PARTE: EXPORTAR - DEPARTAMENTOS DE EXPORTACIÓNn

Tema 1. Internacionalización y globalización

Tema 2. Departamentos de exportación para pequeñas y medianas empresas

Tema 3. Consorcios de exportación

SEGUNDA PARTE: REDES COMERCIALES INTERNACIONALES - CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Tema 4. Redes de representantes propias

Tema 5. Redes comerciales externas a la organización de la empresa

Tema 6. Redes comerciales. Sistemática para la búsqueda de interlocutores. El acceso a la información comercial

TERCERA PARTE: INVERSIONES AL EXTERIOR: DELEGACIONES COMERCIALES, INVERSIONES PRODUCTIVAS

Tema 7. Inversiones en el extranjero. Delegaciones comerciales

Tema 8. Inversiones en el exterior: inversiones productivas, multinacional

CUARTA PARTE: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

Tema 9. La negociación internacional

Tema 10. Incoterms i medios de pago

Tema 12. Estrategias de comunicación globales