

Guía Docente: Comercio Exterior

DATOS GENERALES	
Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas
Plan de estudios	2012
Especialidad/Mención	Mención en Comercio y Marketing
Materia	Marketing
Carácter	Optativo
Período de impartición	Primer Trimestre
Curso	Tercero
Nivel/Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano
Prerrequisitos	No se precisa

DATOS DEL PROFESORADO			
Profesor Responsable	Marta Sánchez Viejo	Correo electrónico	marta.sanchez9264@ui1.es
Área		Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Perfil Profesional 2.0	<p>https://es.linkedin.com/in/martasanchezviejo?original_referer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F</p> <p>Docente en el Grado en Administración y Dirección de Empresas.</p> <p>Máster Universitario de Formación del Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato en la especialidad de Economía (Ui1).</p> <p>Grado en Administración y Dirección de Empresas (UC3M).</p> <p>Especialidad académica en Periodismo y Comunicación Audiovisual (UC3M).</p> <p>Estudios del Grado en Filosofía (UNED).</p> <p>Líneas de investigación interdisciplinarias (Economía y Filosofía).</p>		

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignaturas de la materia	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio Exterior • Comunicación y Atención al Cliente • Estrategias de Mercado y Distribución • Fundamentos del Marketing
Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional	<p>La asignatura se encuentra dentro del plan de especialización en marketing y tiene una fuerte orientación hacia la actividad de la empresa en el ámbito internacional. Existen vínculos con otras asignaturas de la carrera de ADE, como son las cuestiones de economía internacional que se ven en “Economía Española y Mundial”, el comportamiento estratégico de la empresa de “Dirección estratégica”, y los medios de pago internacionales, que sirven para complementar a “Dirección financiera”.</p> <p>Hoy en día, para los titulados en el Grado de Administración y Dirección de Empresas, es altamente aconsejable tener un conocimiento de las características de los mercados exteriores de cara a la internacionalización de la empresa. La economía española se encuentra en la actualidad completamente incorporada al mercado mundial y, por ello, la posición internacional, tanto en la exportación como en las importaciones de bienes y servicios, es esencial para un cada vez mayor número de empresas.</p>

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias de la asignatura	<ul style="list-style-type: none"> • CB-01: 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. • CB-02: Saber 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. • CB-03: 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. • CB-04: Transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. • CB-05: Desarrollar aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. • CG-02: Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis. • CG-03: Desarrollar la capacidad de organización y planificación. • CG-05: Adquirir conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio. • CG-06: Acceder a diferentes fuentes de información, gestionarlas, seleccionarlas y analizarlas de forma crítica, sintética, relacional e interpretativa. • CG-09: Trabajar en un contexto internacional. • CG-10: Desarrollar el razonamiento crítico. • CG-13: Desarrollar la capacidad para adaptarse a nuevas situaciones. • CG-14: Fomentar la creatividad y la capacidad de generar nuevas ideas. • CG-15: Desarrollar la capacidad de liderazgo. • CG-19: Trabajar en colaboración con responsabilidades compartidas. • CG-20: Potenciar la comprensión numérica. • CG-22: Desarrollar la capacidad para la divulgación de las cuestiones económicas. • CU-02: Identificar y dar valor a las oportunidades tanto personales como profesionales, siendo responsables de las actuaciones que se pongan en marcha, sabiendo comprometer los recursos necesarios, con la finalidad de realizar un
--------------------------------------	--

proyecto viable y sostenible para uno mismo o para una organización.

- CU-04: Utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) para poner en marcha procesos de trabajo ajustados a las necesidades de la sociedad actual.
- CU-05: Realizar investigaciones basándose en métodos científicos que promuevan un avance en la profesión.
- CU-06: Aprender a trabajar individualmente de forma activa.
- CU-08: Entender las prácticas y el trabajo colaborativo como una manera de aplicar la teoría y como una forma de indagar sobre la práctica valores teóricos.
- CU-09: Considerar los valores propios de la Formación Profesional Superior en términos de igualdad formativa y educativa con la universitaria.
- CU-15: Utilizar una adecuada estructura lógica y un lenguaje apropiado para el público no especialista y escribir con corrección.
- CU-16: Saber transmitir un informe técnico de la especialidad.
- CU-17: Ser capaz de concluir adecuadamente la tesis de la exposición basándose en modelos, teorías o normas, etc.
- CE-01: Conocer la perspectiva histórica, génesis y evolución, de los grandes problemas y temas económicos así como Conocer las funciones de planificación, análisis, diseño e implantación de los sistemas de información en el contexto económico-empresarial.
- CE-04: Conocer las herramientas de análisis estratégico más habituales en el análisis de la empresa y su entorno y entender y aplicar las principales líneas de pensamiento estratégico actual, el papel de la competencia y la búsqueda de la ventaja competitiva.
- CE-07: Conocer y manejar las variables comerciales que permitan alcanzar los objetivos deseados, dominar las técnicas de investigación comercial, entender el comportamiento de los consumidores, y conocer el marketing sectorial.
- CE-10: Desarrollar la capacidad de diseñar, redactar, ejecutar y gestionar proyectos e informes, y asesorar sobre situaciones concretas de empresas utilizando técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones.
- CE-13: Conocer los fundamentos básicos que rigen las operaciones y los mercados financieros.
- CE-14: Saber contextualizar los principios de la dirección de empresas y del diseño e implantación de estrategias al ámbito de los negocios internacionales.
- CM2-01: Adquiere conocimientos de dirección comercial, marketing y comercio exterior mediante el estudio de casos reales de empresas nacionales e internacionales.
- CM2-02: Conoce y maneja las nuevas tecnologías y los recursos existentes en procesos de comercialización y marketing.
- CM2-03: Analiza y estudia la posición de la empresa y sus productos respecto al mercado y la competencia.
- CM5-01: Adopta una perspectiva a largo plazo en la elaboración de sus planes estratégicos.
- CM5-02: Considera que la innovación es un componente crítico para la consecución de sus metas estratégicas.
- CM5-04: Es capaz de asesora en la creación y dirección de proyectos empresariales emprendedores.
- CM6-03: Conoce los problemas y cuestiones de máxima actualidad del Derecho Comunitario, así como el planteamiento de posibles soluciones a los mismos.
- CM6-04: Conoce el Ordenamiento comunitario tributario, especialmente las particularidades de la doble imposición internacional así como la problemática de los paraísos fiscales.

Resultados de aprendizaje de la asignatura

- Comprende las formas de comercialización exterior y conoce sus implicaciones para la actividad nacional.
- Realiza análisis cualitativo y cuantitativo de la demanda de producto y marca en el mercado internacional.

- Maneja fuentes macroeconómico-legislativas con el fin de ser capaz de introducirse en el mercado externo.
- Conoce las distintas tipologías de contratos internacionales y es capaz de optar por la redacción de un contrato u otro.
- Conoce las instituciones de fomento a la exportación y los programas de ayuda a la operación.
- Comprende las diferentes formas de pago y cobro internacional.

PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p>Breve descripción de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa ante los mercados internacionales: El entorno internacional. La comercialización en los mercados internacionales. El derecho aduanero comunitario. Origen de las mercancías. El valor en aduana. • El contrato de compraventa internacional: Características de los contratos internacionales. Contratos de intermediación comercial. • Financiación y medios de pago en el comercio internacional: Instituciones relacionadas con el fomento a la exportación. El crédito oficial a la exportación. Seguro de crédito a la exportación. Ayuda oficial al desarrollo. Medios de pago y cobro internacionales. Financiación de las importaciones y exportaciones. • El transporte y los destinos aduaneros: La protección física de la mercancía. Modalidades de transporte. Los destinos aduaneros.
<p>Contenidos</p>	<p>Unidad didáctica 1. Conceptos generales y patrones comerciales</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos básicos del comercio exterior 2. Variables e indicadores de comercio internacional 3. Patrones comerciales en la economía mundial 4. La inserción exterior de la economía española <p>Unidad didáctica 2. La internacionalización de la empresa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La actividad de la empresa transnacional 2. Ventajas competitivas de la empresa 3. Las Cadenas Globales de Valor (CGV) 4. Tendencias mundiales de la IED <p>Unidad didáctica 3. El marketing-mix internacional</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Producto 2. Precio 3. Promoción 4. Distribución y Logística <p>Unidad didáctica 4. Medios de pago y finanzas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Medios de pago y de cobro internacionales 2. Financiación de las importaciones y las exportaciones 3. Riesgos y Seguros 4. Mercados de divisas 5. Instituciones de fomento a la exportación <p>Unidad didáctica 5. Contratación y marco legal</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipos de documentos 2. El contrato de compraventa internacional 3. Los INCOTERMS 4. Tratados y zonas comerciales 5. El IVA en las exportaciones <p>Unidad didáctica 6. Aduanas y política comercial</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El derecho aduanero comunitario. TARIC 2. El valor en aduana 3. El crédito aduanero 4. La política comercial

METODOLOGÍA

Actividades formativas

- **Estudio de Caso:** En estas actividades se aplican los conocimientos adquiridos a casos concretos de situaciones y empresas en los mercados internacionales. El alumno será capaz de trasladar los aspectos más teóricos a cuestiones prácticas.
- **Cuestionarios:** En estas actividades el alumno realizará una revisión de los contenidos teóricos estudiados en las Unidades Didácticas y obtendrá un mayor dominio de la teoría.
- **Foros de Debate:** En este caso se espera que el alumno desarrolle la capacidad de argumentar y desarrollar de forma original explicaciones a partir de una serie de premisas relacionadas con el contenido de la Unidad Didáctica.
- **Trabajo Colaborativo:** En estas actividades el alumno desarrollará la habilidad de trabajo en equipo, combinando tareas de carácter eminentemente práctico con la discusión y el contenido teórico.

EVALUACIÓN

Sistema evaluativo

En caso de que la situación sanitaria impida la realización presencial de los exámenes con todas las garantías, la Universidad Isabel I celebrará dichas pruebas en modalidad online. Para la realización de dichos exámenes, la universidad incorporará la herramienta de proctoring a nuestra plataforma tecnopedagógica, con el objetivo de garantizar los procesos de autenticación del alumno, como el control del entorno durante el desarrollo de las pruebas de evaluación. A su vez, la Universidad Isabel I pondrá a disposición del alumnado una Unidad de Exámenes Online específica para ofrecer apoyo técnico durante todo el proceso y así solventar todas las incidencias que se puedan presentar.

El sistema de evaluación se basará en una selección de las pruebas de evaluación más adecuadas para el tipo de competencias que se trabajen. El sistema de calificaciones estará acorde con la legislación vigente (*Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y de validez en todo el territorio nacional*).

El sistema de evaluación de la Universidad Isabel I queda configurado de la siguiente manera:

Sistema de evaluación convocatoria ordinaria

Opción 1. Evaluación continua

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar el **seguimiento de la evaluación continua (EC)** y podrán obtener hasta un **60 %** de la calificación final a través de las actividades que se plantean en la evaluación continua.

Además, deberán realizar un **examen final presencial (EX)** que supondrá el **40 %** restante. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del trabajo realizado durante la evaluación continua y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación continua.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de evaluación continua, siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Opción 2. Prueba de evaluación de competencias

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar una **prueba de evaluación de competencias (PEC)** y un **examen final presencial (EX)**.

La **PEC** se propone como una prueba que el docente plantea con el objetivo de evaluar en qué medida el estudiante adquiere las competencias definidas en su asignatura. Dicha prueba podrá ser de diversa tipología, ajustándose a las características de la asignatura y garantizando la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos. Esta prueba supone el 50 % de la calificación final.

El **examen final presencial**, supondrá el **50 %** de la calificación final. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del seguimiento de las actividades formativas desarrolladas en el aula virtual y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Al igual que con el sistema de evaluación anterior, para la aplicación de los porcentajes correspondientes el estudiante debe haber obtenido una puntuación mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta la opción de prueba de evaluación de competencias.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de la prueba de evaluación de competencias siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Características de los exámenes

Los exámenes constarán de 30 ítems compuestos por un enunciado y cuatro opciones de respuesta, de las cuales solo una será la correcta. Tendrán una duración de 90 minutos y la calificación resultará de otorgar 1 punto a cada respuesta correcta, descontar 0,33 puntos por cada respuesta incorrecta y no puntuar las no contestadas. Después, con el resultado total, se establece una relación de proporcionalidad en una escala de 10.

Sistema de evaluación convocatoria extraordinaria

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen las pruebas evaluativas en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria completa consistirá en la realización de una **prueba de evaluación de competencias** que supondrá el **50 %** de la calificación final y un **examen final presencial** cuya calificación será el **50 %** de la calificación final.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Los estudiantes que hayan suspendido todas las pruebas evaluativas en convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final) o

no se hayan presentado deberán realizar la convocatoria extraordinaria completa, como se recoge en el párrafo anterior.

En caso de que hayan alcanzado una puntuación mínima de un 4 en alguna de las pruebas evaluativas de la convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final), se considerará su calificación para la convocatoria extraordinaria, debiendo el estudiante presentarse a la prueba que no haya alcanzado dicha puntuación o que no haya realizado.

En el caso de que el alumno obtenga una puntuación que oscile entre el 4 y el 4,9 en las dos partes de que se compone la convocatoria ordinaria (EC o PEC y examen), solo se considerará para la convocatoria extraordinaria la nota obtenida en la evaluación continua o prueba de evaluación de competencias ordinaria (en función del sistema de evaluación elegido), debiendo el alumno realizar el examen extraordinario para poder superar la asignatura.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, se entenderá que el alumno ha superado la materia en convocatoria extraordinaria si, aplicando los porcentajes correspondientes, se alcanza una calificación mínima de un 5.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Bibliografía básica

Bibliografía básica

Arteaga, J. (Coor.) (2017). Manual de internacionalización. Técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización. Ed. ICEX.

Este libro se constituye como una guía que contiene aspectos importantes para comprender las actividades internacionales, herramientas y técnicas para la internacionalización. Se abordan aspectos como el entorno internacional globalizado, el marketing y la financiación internacional o los mercados multilaterales.

[Manual gratuito disponible en https://www.icex-ceco.es/portal/?libro_detalle&id=352]

Krugman, P. K., Obstfeld, M., & Melitz M. J. (2016). International Economics. 10th edition, Addison-Wesley. [Edición en castellano: Economía internacional: teoría y política, 9ª ed., Pearson, 2012]

Este libro aporta los conceptos claves orientados a las finanzas y comercio internacional. En concreto, se abordan aspectos como el modelo Heckscher-Ohlin, las economías de escala, los instrumentos de la política comercial, la política comercial en los países en vías de desarrollo o el nivel de precios y tipo de cambio a corto y largo plazo.

Bibliografía complementaria

Libros

Álvarez, M., & Durán Lima, J. E. (2011). Manual de comercio exterior y política comercial. Nociones básicas, clasificaciones e indicadores de posición y dinamismo. CEPAL.

González López, I. G., Martínez Senra, A. I. M., Otero Neira, M. C., & González Vázquez, E. G. (2011). Gestión del comercio exterior de la empresa Manual teórico y práctico. 3ª Edición. ESIC Editorial.

Martín Martín, M. Á. & Martínez Gormaz, R. (2014). Manual Práctico de Comercio Exterior.

Para saber cómo vender en el exterior. 5ª Edición. FC Editorial.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage. Creating and sustaining superior performance*. Free Press, New York.

Artículos

Bajo-Rubio, O., & Díaz-Mora, C. (2015). On the employment effects of outward FDI the case of Spain, 1995–2011. *Applied Economics*, (ahead-of-print), 1-15.

Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007). Firms in International Trade. *The Journal of Economic Perspectives*, 21(3) 105-130.

Otros recursos

Aduanas e Impuestos Especiales:

http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/La_Agencia_Tributaria/Aduanas_e_Im_puestos_Especiales/Aduanas_e_Impuestos_Especiales.shtml

Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI): <http://www.aecid.es/ES>

Asociación Española de Consultores de Comercio Exterior (ACOCEX):

<http://acocex.com/inicio/>

Cámara de Comercio Internacional – ICC: <http://www.iccspain.org/index.php>

Centro de Asistencia al Inversor / Exportador

(CAI): <http://www.comercio.es/es-ES/inversiones-exteriores/centro-asistencia-inversor-exportador/Paginas/solicitar-apoyo-a-traves-del-cai.aspx>

Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI): <https://www.cdti.es/>

Compañía Española de Financiación del Desarrollo, COFIDES: <http://www.cofides.es/>

Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE):

<http://www.cesce.es/web/sp/>

Instituto de Crédito Oficial. Internacional: <http://www.ico.es/web/ico/internacional>

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX): <http://www.icex.es/icex/es/index.html>

Observatorio de la Empresa Multinacional Española (OEME):

<http://www.esade.edu/research-webs/esp/oeme>

Red exporta: <http://www.comercio-externor.es/>

Ministerio de

Economía:

<https://www.mineco.gob.es/portal/site/mineco/menuitem.d288f4af5ced702fafb0240e026041a0?vgnextoid=63e7bfd1ce74c310VgnVCM1000001d04140aRCRD>

Secretaría de Estado de Comercio:

<http://www.comercio.gob.es/es-ES/Paginas/default.aspx>

Taxation and Customs. European Commission:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/index_en.htm

World Trade Organization (WTO): <https://www.wto.org/> y <https://www.wto.org/indexsp.htm>

Bases de Datos

Banco Mundial: <http://databank.bancomundial.org/data/home.aspx>

Banco Mundial: <http://www.worldbank.org>

Cámaras de comercio: <http://aduanas.camaras.org/>

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD):
<http://www.unctad.org> o <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>

Data comex: <http://datacomex.comercio.es/>

Data invex: <http://datainvex.comercio.es/>

Directorio de Empresas Exportadoras e Importadoras: <http://directorio.camaras.org/>

Eurostat (Oficina estadística de la UE):
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>

Fondo Monetario Internacional: <http://www.imf.org>

Unión Europea (web oficial): <http://europa.eu/> ó http://europa.eu/index_es.htm

WTO: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm