

GUÍA DOCENTE

Descripción de la Asignatura				
Nombre del Master	Master Oficial Universitario en Logística Integral y Comercio Internacional			
Nombre de la Asignatura	Operaciones de Comercio Internacional			
Tipo de Formación	Obligatoria	x	Prácticas Externas	Trabajo Fin Master
Periodo de Impartición	Segundo Semestre			
Número de Créditos	6 ECTS			
Idioma en el que se Imparte	Castellano			
Presentación				
<p>La asignatura "Operaciones de Comercio Internacional" pertenece al último bloque del Máster Oficial Universitario en Logística Integral y Comercio Internacional.</p> <p>En esta Asignatura los alumnos estudiarán el funcionamiento operativo de los mercados, los contratos internacionales, el comercio electrónico y la gestión aduanera.</p> <p>También serán capaces de adquirir los conocimientos necesarios para saber interpretar una balanza de pagos, o resolver todos aquellos conflictos que se puedan presentar en las operaciones internacionales.</p>				
Resultados de Aprendizaje				
<p>Demostrar conocimiento de los distintos tipos de contrato internacionales, sus características y sus elementos.</p> <p>Analizar las operativas relativas a las mercancías en las aduanas y las instituciones y programas de apoyo a la internacionalización.</p> <p>Preparar la documentación aduanera de aplicación en los intercambios de mercancías entre diferentes países.</p>				
Competencias Básicas y Generales				
<p>CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.</p> <p>CB7. Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el área de estudio.</p> <p>CB8. Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.</p> <p>CB9. Saber comunicar conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.</p> <p>CB10. Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.</p> <p>CG11. Aplicar las diferentes modalidades de contratación internacional y los sujetos operativos del mismo, fijando el organismo de arbitraje internacional.</p> <p>CG12. Realizar las diferentes operaciones de comercio internacional, como el desarrollo de las diferentes técnicas aduaneras que permiten realizar los intercambios de mercancías entre diferentes países.</p>				
Competencias Específicas				
<p>CE18. Conocer y saber aplicar las condiciones generales de venta internacional y las diferentes modalidades de contratación internacional y fijando el organismo de arbitraje internacional al que recurrir en caso de conflicto.</p> <p>CE20. Comprender los fundamentos del derecho aduanero de aplicación al comercio internacional, y manejar las diferentes</p>				

condiciones de entrega a incluir en los contratos de compra-venta.

Temario de la Asignatura

UC	Unidad de Competencia
37	Funcionamiento Operativo de los Mercados
38	Balanza de Pagos
39	Contratos Internacionales
40	Prevención y Resolución de Conflictos
41	Gestión Aduanera
42	Comercio Electrónico o e-Commerce

Metodología y Plan de Trabajo

Tipo actividad formativa	Contenido	Tiempo de trabajo	% Presencialidad
Estudio Individual	Los contenidos de cada una de las Unidades de Competencia, todos ellos están desarrollados con textos, vídeos, gráficos, ilustraciones, animaciones, etc. para facilitar su comprensión al alumno.	90	-
Trabajos Individuales	Trabajos individuales por Asignatura, son unos ejercicios que permiten al alumno, la adquisición de una serie de habilidades concretas relacionadas con la Unidad de Competencia.	18	-
Trabajo de Casos Prácticos en grupo	Un caso práctico por asignatura, que se pretende la resolución de una situación real de Empresa, para lo que es necesario utilizar todos los conocimientos adquiridos en la Asignatura, y se realizará de forma conjunta con más alumnos que estén cursando el Master.	15	-
Tutorías individuales y grupales	Los alumnos podrán solicitar una tutoría con el profesor para consultar todas las dudas que puedan surgir durante el estudio de la asignatura. Así mismo, el tutor estará disponible en sus horas de tutoría para la realización de tutorías grupales.	12	8,3
Foros de discusión	Cada Asignatura contará con un Foro de Debate, donde todos los alumnos interactuarán, para dar una respuesta a las cuestiones planteadas por el tutor.	9	-
Clases presenciales virtuales	El alumno podrá asistir tanto asincrónica como síncronamente a clases presenciales virtuales a las que podrá acceder a través de la TV educativa.	6	33,3
Número total de horas de trabajo del alumno		150	

Evaluación

Descripción de la Prueba	Ponderación
Test de Evaluación por UC	15%
Casos Prácticos	25%
Trabajos Individuales	15%
Foro de Reflexión y Debate Colectivo	5%

Examen de la asignatura	40%
Recursos y Materiales Didácticos	
Bibliografía	
<p>Revisión del Manual de Balanza de Pagos, Quinta Edición FMI. 2004</p> <p>Indicadores de Comercio Exterior y Política Comercial: Análisis y Derivaciones de la Balanza de Pagos José E. Durán Lima y Mariano Álvarez. Naciones Unidas. 2009</p> <p>Principios de Economía (6ª ED.) N. Gregory Mankiw. Paraninfo, S.A. 2012</p> <p>Manual de Comercio Exterior Chabert, Joan. Ediciones Deusto. 2007</p> <p>Guía Práctica de Contratación Internacional Alfonso Ortega Giménez. ESIC Editorial. 2009</p> <p>El Arbitraje en la Contratación Internacional José Luis Roca Aymar. ICEX. 2006</p> <p>La Representación Voluntaria en la Contratación Internacional Ricardo Rueda Valdivia. Editorial Comares. 2000</p> <p>Gestión Aduanera Básica Rafael Hernández López. Grupo Alcalá. 2012</p> <p>Exportar con Éxito: ¿Qué hay que hacer para ganar? Halbach, Bernd. Ediciones Deusto. 1999</p> <p>Marketing.com Marketing y comercio electrónico en la sociedad de la información Rodríguez, I. Editorial Pirámide/Editorial ESIC. 2000</p>	