



UNIVERSIDAD DE CORDOBA

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
**MÁSTER UNIVERSITARIO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS (MBA)**



CURSO 2024/25

**COMERCIO EXTERIOR:
HERRAMIENTAS Y CASOS PRÁCTICOS**

Datos de la asignatura

Denominación: COMERCIO EXTERIOR: HERRAMIENTAS Y CASOS PRÁCTICOS**Código:** 588015**Plan de estudios:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (MBA) **Curso:** 1**Créditos ECTS:** 4.0**Horas de trabajo presencial:** 30**Porcentaje de presencialidad:** 30.0%**Horas de trabajo no presencial:** 70**Plataforma virtual:** <https://moodle.uco.es/>

Profesor coordinador

Nombre: RODRIGUEZ GUTIÉRREZ, PABLO**Departamento:** ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA**Ubicación del despacho:** 1ª planta Área de Organización de Empresas**E-Mail:** pablo.rodriguez@uco.es**Teléfono:** 957218837

Breve descripción de los contenidos

1. Contenidos teóricos

1.- Fuentes y recursos web disponibles para un sistema de información orientado a la empresa exportadora.

2.- Licitaciones Multilaterales.

3.- Filiales exteriores.

4.- Subcontratación.

5.- Finanzas.

6.- Determinación del precio en la exportación.

7.- Transporte internacional.

8.- Aranceles e IVA.

Conocimientos previos necesarios

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno específico

Recomendaciones

Ninguna específica

Programa de la asignatura

1. Contenidos teóricos

- 1.- Fuentes y recursos web disponibles para un sistema de información orientado a la empresa exportadora.
- 2.- Licitaciones Multilaterales.
- 3.- Filiales exteriores.
- 4.- Subcontratación.
- 5.- Finanzas.
- 6.- Determinación del precio en la exportación.
- 7.- Transporte internacional.
- 8.- Aranceles e IVA.

2. Contenidos prácticos

Casos prácticos asociados a los apartados 1 a 8

Bibliografía

- ACOCEX (2014). Guía para la preparación de profesionales en comercio exterior y operaciones internacionales, IC Editorial, Málaga.
- Arteaga Ortiz, J. (2013). Manual de internacionalización: Técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización, ICEX, Madrid
- Barlett, C.A.; Beamish, P. (2013), Transnational Management: Text, Cases & Readings in Cross-Border Management. Ed. Mc-Graw-Hill Education.
- Carle, G. C. (2014). Internacionalización, mercados y empresa. Ed. ESIC.
- CLAVIER CORTÉS, E.; QUER RAMÓN, D. F. (2000). Estrategias de internacionalización de la empresa. Editorial Club Universitario
- Duarte, C. L., Suárez, M. M. V., y Mieres, C. G. (2016). Estrategias de internacionalización de la empresa: casos prácticos. Ed. Septem Ediciones.
- Durán, J. J. (2001). Estrategia y economía de la empresa multinacional. Ed. Pirámide, Madrid.
- García, G. (2012). Estrategias de internacionalización de la empresa: cómo realizar negocios internacionales. Ed. Pirámide.
- Guisado Tato, M. (2002). Internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados extranjeros. Ed. Pirámide.
- Llamazares García-Lomas, O. (2010). La investigación de mercados exteriores. Ed. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).
- Muro Gil, J. F. (2012). La internacionalización multilateral. Ed. ICEX, Madrid

Ortega Giménez, A. y Espinosa Piedecausa, J. L. (2015). Plan de internacionalización empresarial, manual práctico. Ed. ESIC, Madrid.

Pla, J. y León, F. (2004). Dirección de Empresas Internacionales. Ed. Pearson-Alhambra, Madrid.

Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2015). Plan de internacionalización de la pyme en la práctica. Ed. ESIC.

SÁNCHEZ, M. P.; LAGUNA, N. (2012). El comercio exterior de España: teoría y práctica (3ª edición). Editorial Pirámide, Madrid

Metodología

Aclaraciones

Para los estudiantes a tiempo parcial y necesidades educativas especiales se tendrá en cuenta su condición y disponibilidad en la asignatura, tanto en el desarrollo de la misma como en su evaluación. La adaptación se llevará a cabo de mutuo acuerdo entre el profesor del grupo y los alumnos implicados al inicio del cuatrimestre. Es obligación de estos alumnos comunicar su condición en la primera semana de clase, en caso contrario se considerará que desiste de la adaptación.

Actividades presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de acción tutorial</i>	2
<i>Actividades de evaluación</i>	2
<i>Actividades de exposición de contenidos elaborados</i>	7
<i>Actividades de expresión escrita</i>	5
<i>Actividades de procesamiento de la información</i>	10
<i>Actividades de salidas al entorno</i>	4
Total horas:	30

Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de búsqueda de información</i>	20
<i>Actividades de procesamiento de la información</i>	20
<i>Actividades de resolución de ejercicios y problemas</i>	30

Actividad	Total
Total horas:	70

Resultados del proceso de aprendizaje

Conocimientos, competencias y habilidades

- CG1 Dominar las técnicas que le permitan obtener y analizar información relacionada con la empresa y su entorno, evaluar su relevancia y validez, saber sintetizarla, y tener capacidad de adaptarla a contextos organizativos complejos.
- CG6 Saber diseñar y gestionar proyectos relacionados con las organizaciones (empresas, ONGs, administraciones públicas, etc.).
- CG7 Desarrollar las habilidades sociales para el trabajo en grupo, así como la capacidad de comunicación oral y escrita de los diagnósticos y soluciones que propongan sobre diferentes problemas o situaciones de la empresa. El alumno debe ser capaz de desempeñar diferentes roles dentro de un equipo, en particular el de líder.
- 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
- CB7 Que los estudiantes sepan 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 su área de estudio
- CT1 Que los estudiantes sean capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.
- CT4 Usar tecnologías de la información y las telecomunicaciones a su alcance para optimizar el desempeño del conjunto de competencias profesionales
- CE4 Conocer en profundidad el funcionamiento del comercio internacional y saber aplicar las técnicas e instrumentos que posibiliten la internacionalización de las empresas
- CE5 Conocer las fuentes de información necesarias para el análisis y toma de decisiones en los procesos de internacionalización de las empresas

Métodos e instrumentos de evaluación

Instrumentos	Porcentaje
Examen	50%
Medios orales	10%
Proyectos globalizadores de carácter individual o grupal	40%

Periodo de validez de las calificaciones parciales:

Hasta la segunda convocatoria ordinaria

Aclaraciones:

La calificación final se obtendrá del resultado de los siguientes instrumentos de evaluación:

- Prueba tipo test: 50%
- Trabajo grupal sobre los contenidos del curso: 50% (un 40% se corresponderá con la nota del trabajo y el 10% restante con la exposición individual del mismo)

Objetivos de desarrollo sostenible

Igualdad de género
Trabajo decente y crecimiento económico
Producción y consumo responsables
Acción por el clima
Paz, justicia e instituciones sólidas
Alianzas para lograr los objetivos

*Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente responderán a los principios de igualdad y no discriminación y deberán ser adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.
El estudiantado deberá ser informado de los riesgos y las medidas que les afectan, en especial las que puedan tener consecuencias graves o muy graves (artículo 6 de la Política de Seguridad, Salud y Bienestar; BOUCO 23-02-23).*
