

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Master Universitario en Dirección Estratégica de Comercio Internacional
-------------	---

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Escuela de Postgrado y Formación Permanente
-------------------	---

Asignatura:	Fundamentos del Comercio Internacional
-------------	--

Tipo:	Complementos de Formación	Créditos ECTS:	6
-------	---------------------------	----------------	---

Curso:	1	Código:	8140
--------	---	---------	------

Periodo docente:	Primer semestre
------------------	-----------------

Materia:	
----------	--

Módulo:	
---------	--

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Alfonso Puyol Martínez-Ferrando	alfonso.puyol@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura FUNDAMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL son COMPLEMENTOS FORMATIVOS que deberán cursar los estudiantes que acceden al Máster Universitario en Dirección Estratégica de Comercio Internacional desde titulaciones ajenas a los ámbitos de la Derecho, ADE, Económicas. En esta asignatura se imparten los fundamentos sobre análisis financiero, marketing, fiscalidad y aduanas, transporte, contratación y medios de cobro y pago, necesarios para cursar conocimientos avanzados en el Máster. Tiene una temporalización de 6 ECTS que se deberán realizar antes de finalizar el primer semestre

OBJETIVO

Adquirir los fundamentos suficientes sobre análisis financiero, marketing, fiscalidad y aduanas, transporte, contratación y medios de cobro y pago, necesarios para cursar conocimientos avanzados en el Máster.

CONTENIDOS

MÓDULO 1: El funcionamiento y organización de la empresa

- El marco legal básico. La puesta en marcha de una empresa
- La empresa como realidad socio-económica
- La organización formal de la empresa. Los órganos de gobierno. La ética en los negocios
- Introducción a la función directiva
- Introducción a la Dirección Estratégica

MÓDULO 2: Análisis financiero

- Comprender la importancia del análisis financiero y económico de la empresa
- Introducción a la interpretación de los estados financieros
- Metodología de análisis financiero y económico

MÓDULO 3: Marketing

- El concepto actual del marketing. La propuesta de valor
- Técnicas básicas de marketing
- Segmentación del mercado
- La distribución y venta de producto

MÓDULO 4: Fiscalidad

- El sistema fiscal español: cuestiones generales
- Impuesto sobre sociedades:
- Esquema de liquidación
- Tributación de no residentes
- Convenios de doble imposición
- Base imponible del IVA y tipos aplicables
- Operaciones simples de compras y ventas nacionales e internacionales

MÓDULO 5: Contratación

Nociones básicas de las condiciones generales de la contratación
Responsabilidad civil de las partes

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El programa ha sido diseñado para ser cursado de forma presencial con un soporte a través del Campus Virtual y tutoría personalizada.

La asignatura consta de 6 ECTS que se deberán realizar antes de finalizar el primer semestre.

Algunas de las actividades formativas que se podrán llevar a cabo son las siguientes: tutorías por especialistas, talleres participativos, simulador de aplicación práctica, videoconferencias programadas, análisis de casos y desarrollo de proyectos...

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
45 horas	105 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Competencias generales

Competencias específicas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender y relacionar las distintas áreas y funciones de la empresa
- Entender los estados financieros que elaboran las empresas
- Entender un diagnóstico sobre la situación económico-financiera de las entidades.
- Conocer los conceptos fundamentales del marketing
- Conocer los conceptos fundamentales sobre fiscalidad
- Identificar los elementos básicos de un contrato para aprender a negociar.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El alumno deberá superar todas la prueba marcada por el profesor para obtener la calificación de APTO, y poder continuar con el Máster.

NOTA IMPORTANTE:

En caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario de docencia en remoto los pesos del sistema de evaluación no se verán afectados. El examen presencial se sustituirá por un examen en remoto con herramientas que garanticen la autenticidad de la prueba.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Artal M. (2007) Dirección de Ventas. ESIC Editorial. (Marketing)

Claudio, Gloria y Saavedra, José (2008): China, el Regreso del Imperio del Centro, Ed. Netbiblo, ISBN 8497452380 (el Funcionamiento y Organización de la empresa)

Lambin JJ. (2008) Marketing Estratégico. Esic Editorial. (Marketing)

Medina, de Lemus. M. (1998) Contratos de Comercio Exterior. Ed. Dikynson (Fiscalidad)

Muñoz, Sánchez. J. (2011) Negociación y Contratación Internacional. Editorial CTO. (Fiscalidad)

Perez de Ayala, J.L. & Perez de Ayala Becerril. M. (2017) Fundamentos de Derecho Tributario. Editorial Dykinson. (Fiscalidad)