



Grado en Marketing e Investigación de Mercados **27643 - Políticas de comercio internacional**

Guía docente para el curso 2015 - 2016

Curso: , Semestre: , Créditos: 5.0

Información básica

Profesores

- **Gema Fabro Esteban** gfabro@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

La asignatura "Políticas de Comercio Internacional" se plantea desde un enfoque mixto teórico-práctico. Para cursarla con éxito se recomienda un seguimiento continuado de la misma, lo que supone asistir de forma regular a las clases teóricas y prácticas, resolver los ejercicios prácticos, todo ello apoyado principalmente con la consulta de fuentes estadísticas. No existen requisitos previos para cursar esta asignatura aunque es importante haber adquirido unos conocimientos sólidos de asignaturas relacionadas con la Historia económica y Economía mundial, Economía española y Teoría económica.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Las actividades y fechas clave se comunican en clase y a través del ADD. Las fechas de los exámenes finales se pueden consultar en la página web del Centro. Es obligación del alumno conocer las actualizaciones que se vayan realizando

Recursos Web

Plataforma virtual ADD. Por esta vía, todos los estudiantes tendrán acceso a los materiales que los profesores estimen oportuno dar a conocer.

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

1:

- Conocer las principales teorías sobre el comercio internacional.
- Entender el funcionamiento del comercio internacional.
- Conocer las principales formas de integración económica.
- Explicar la relevancia del comercio internacional en la economía actual.
- Describir los principales efectos de la integración económica.
- Delimitar con precisión los instrumentos de la política comercial.

- Utilizar con corrección los indicadores económicos y estadísticos relacionados con el comercio internacional.
- Manejar e interpretar adecuadamente los informes de las principales instituciones económicas sobre el comercio internacional.
- Sintetizar e integrar los conocimientos adquiridos posibilitando el adecuado asesoramiento a instituciones y empresas sobre los efectos de establecer intercambios internacionales.
- Aplicar los contenidos a la resolución de casos o supuestos prácticos sobre las relaciones comerciales.
- Tomar decisiones atendiendo a las conclusiones derivadas de los análisis realizados.
- Adaptar los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones, nuevos escenarios, y en definitiva, a la coyuntura económica que presente la economía mundial en diferentes momentos del tiempo

Introducción

Breve presentación de la asignatura

La asignatura “Políticas de Comercio Internacional” es una asignatura de contenido relevante en la formación que ha de llevar a cabo un estudiante del grado en Marketing e Investigación de Mercados. Se encuadra dentro del módulo “Marketing”, en la materia 5 “Contexto económico y financiero”. Se cursa como asignatura optativa en el primer semestre del cuarto curso, teniendo asignados 5 créditos ECTS.

Se trata de una asignatura de carácter teórico-práctico, en la que se pretende dar una visión del funcionamiento de las relaciones comerciales internacionales y su contextualización en el entorno de una economía globalizada.

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

Conocer, analizar e interpretar la importancia del Comercio Internacional, proporcionando al alumno una visión conjunta de sus diferentes aspectos económicos e institucionales que facilite al graduado/a identificar oportunidades del mercado mundial y necesidades de los clientes, anticipar cambios del entorno y determinar estrategias y acciones de marketing de la empresa para participar en el comercio internacional.

Para ello se ha diseñado un programa en cinco módulos: el primero analiza las explicaciones tradicionales sobre el comercio internacional; el segundo se centra en el análisis de nuevas teorías explicativas del comercio internacional; el tercero hace referencia a la movilidad internacional de los factores productivos; el cuarto se centra en los instrumentos de la política comercial; y el quinto módulo estudia la diferentes formas de integración económica.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Se encuadra dentro del Módulo 3, Marketing, formando parte de la Materia 5 “Contexto Económico y Financiero”.

De acuerdo con los criterios que definió la comisión encargada de elaborar la memoria de verificación del Grado, y que sirvió para la inscripción en el Registro de Títulos de Grado, el sentido de la asignatura “Políticas de Comercio Internacional” viene dado por la relevancia del comercio internacional y los instrumentos de la política comercial en la actividad empresarial.

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

1:

Competencias Específicas:

- Conocer el contexto social, económico y jurídico del mercado actual y potencial de la empresa.
- Conocer los mecanismos básicos de asignación de recursos para agentes individuales y agregados.
- Comprender los límites, las dinámicas de los mercados y la situación competitiva a la que se enfrenta la

organización.

- Conocer las herramientas cualitativas y cuantitativas de análisis y diagnóstico de la Política comercial para facilitar la participación de la empresa en los mercados internacionales.

Competencias Transversales:

- De Conocimiento
- Capacidad para cuestionar de forma constructiva ideas propias o ajenas
- Redacción de informes y proyectos
- Respeto a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

Los resultados del aprendizaje de la asignatura "Políticas de Comercio Internacional" son fundamentales para un completo desarrollo de la actividad profesional de un graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados, dado que la problemática del comercio internacional es clave en la actividad empresarial. El alumno debe aprender a adaptar con rapidez sus conocimientos a nuevas situaciones, dado el carácter cambiante de la coyuntura económica. Para ello, es fundamental la búsqueda, análisis y síntesis de fuentes de información y datos así como ser capaz de cuestionar de forma constructiva ideas propias o ajenas.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

1: PRIMERA CONVOCATORIA Y SEGUNDA CONVOCATORIA

La evaluación de la asignatura se realizará mediante una **prueba Global** de 10 puntos, conforme al calendario oficial establecido por el Centro, que consistirá en una **prueba escrita** con una valoración de 5 puntos y la entrega de nueve **trabajos prácticos** sobre cuestiones relativas al programa, previamente indicados por el profesor y que suponen el 50 % de la calificación final del alumno. Dichos trabajos deberán ser entregados el día de la prueba global o, voluntariamente, de forma periódica conforme avance el curso.

La prueba escrita consistirá en un ejercicio teórico-práctico en el que el alumno deberá resolver distintas cuestiones relativas a la materia cursada. El examen podrá combinar preguntas de respuesta abierta y preguntas tipo test. En el caso de las preguntas de respuesta abierta, tendrán un espacio limitado.

En cualquier caso, tanto en las pruebas como en los trabajos prácticos se valorará el grado de acierto con que se responda a las preguntas planteadas, la ausencia de errores formales y la claridad y el orden en la presentación de resultados. Igualmente podrá valorarse la reflexión y el aporte de ideas que haya detrás de cada trabajo o intervención, así como la regularidad de la participación activa en el desarrollo de las clases.

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

En el proceso de aprendizaje se usarán distintos métodos docentes: se hará uso de las técnicas didácticas expositivas para las clases teóricas y se utilizarán también técnicas de formación más participativas por parte del alumno. Este segundo tipo de actividades permiten la implicación del alumno en su proceso de aprendizaje y permiten al profesor advertir los problemas y dudas que pueden surgir a lo largo de los distintos temas.

Adicionalmente a las clases programadas el alumno tendrá que hacer un esfuerzo para aprender a manejar y familiarizarse, de forma individual, a través de la realización de trabajos prácticos con las fuentes disponibles.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1: **Clases teóricas:** consistirán en la exposición de lecciones magistrales por parte de profesor con el principal objetivo de transmitir los conceptos fundamentales de la asignatura de forma que se alcancen los objetivos de aprendizaje. Se espera que la clase magistral sea participativa y que en ella se aviven los debates y se solucionen los problemas y dudas que le surjan al alumno basándose en el manual recomendado, la bibliografía de apoyo de la asignatura y los materiales de que dispondrá en el Anillo Digital Docente.

Resolución y presentación de problemas y casos prácticos, elaboración y presentación de trabajos, discusión de temas de actualidad, comentario de lecturas y actividades iterativas.

Actividades **tuteladas** y de **evaluación** que permiten un apoyo más directo y personalizado a los alumnos para supervisar trabajos, preparar y elaborar informes, resolver dudas y orientarles en el estudio y la resolución de ejercicios. Estas tutorías podrán ser individuales o en grupo.

2: **PROGRAMA:**

Tema 0. EL COMERCIO INTERNACIONAL EN LA ACTUALIDAD

Tema 1.- LAS EXPLICACIONES TRADICIONALES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1.1. Las ganancias del intercambio: ventajas absoluta y comparativa

1.2. Comercio y distribución de la renta: el modelo de Heckscher y Ohlin

Tema 2.- LAS NUEVAS TEORÍAS EXPLICATIVAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

2.1. La aparición del comercio interindustrial: las economías de escala y la diferenciación de producto

2.2. Lo más nuevo: las redes de producción internacionales

Tema 3.- LA POLÍTICA COMERCIAL: INSTRUMENTOS Y ECONOMÍA POLÍTICA

3.1. Las restricciones al comercio y las políticas comerciales

3.2. Los aranceles y sus efectos

3.3. El neoproteccionismo: Barreras no arancelarias (BNA)

3.4. Argumentos a favor de la protección

3.5. El marco normativo del comercio internacional

Tema 4.- LA MOVILIDAD INTERNACIONAL DE LOS FACTORES PRODUCTIVOS

4.1. Introducción

4.2. Conceptos básicos

4.3. Teorías explicativas de la IED y las empresas multinacionales

4.4. Evolución, estructura geográfica y sectorial de la IED

4.5. Efectos de la IED y las empresas multinacionales

4.6. Migración y mercado laboral internacional

Tema 5.- LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA

5.1. Introducción

5.2. Evaluación de los procesos de integración comercial: efectos estáticos y dinámicos

5.3. La proliferación de acuerdos regionales ¿Regionalismos vs multilateralismo?

5.4. Modalidades de integración económica

5.5. Compartir moneda: algunos argumentos

5.6. Las reglas del euro

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de las sesiones presenciales se hará público en las páginas web del Centro y la realización de las prácticas y otras actividades será comunicada por el profesor responsable en clase y a través del ADD.

Actividades formativas y de evaluación	Distribución	Créditos
ACTIVIDADES PRESENCIALES		2
Clases teóricas	Sesiones de 2 horas semanales	1
Clases prácticas	Sesiones de 2 horas semanales	1
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES		3
Trabajo personal y evaluación	23 horas	2,5
	1 examen 2 horas	
Trabajo con el profesor	5 horas	0,5

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

- Lecciones sobre economía mundial : introducción al desarrollo y a las relaciones económicas internacionales / José Antonio Alonso (director) ; autores, José Antonio Alonso ... [et al.] . 7ª ed. Madrid : Civitas, 2015
- Tugores Ques, Juan. Economía internacional : Globalización e integración regional / Juan Tugores Ques . 6ª ed., [reimp.] Madrid [etc.] : McGraw-Hill , D.L. 2010