

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
INVESTIGACIÓN EN RELACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL**

Curso académico 2017-2018

IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA			
Código		Créditos ECTS	6
Denominación	Investigación en Relaciones de Comercio Internacional		
Titulación/es	Master Universitario de Investigación en Economía, Gestión y Comercio Internacional		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Semestre	1º	Carácter	Obligatorio
Módulo/s	Común		
Materia/s	Investigación en Relaciones de Comercio Internacional		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo Electrónico (Página Web)	
María Maesso Corral	39	mmaesso@unex.es	
Mª Teresa Fernández Núñez	38	teresafn@unex.es	
Área/s de conocimiento	Estructura y Política Económica		
Departamento/s	Economía		
Profesor coordinador (si hay más de uno)	María Maesso Corral		
OBJETIVOS Y COMPETENCIAS			
Objetivos			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proporcionar al alumno una base teórica avanzada para la comprensión de los mecanismos de toma de decisiones individuales y colectivas, en el contexto de las relaciones comerciales a nivel internacional 2. Adquirir conocimientos detallados de los conceptos y modelos que explican las pautas del comercio mundial y los efectos de las políticas comerciales, 3. Entender las repercusiones para países y empresas de la apertura comercial y la inserción en los mercados internacionales 4. Facilitar al alumno los instrumentos y recursos necesarios para poder continuar su aprendizaje y aplicar sus conocimientos de forma autónoma 			
Competencias			
COMPETENCIAS BÁSICAS:			
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. 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 su área de estudio.			
CB8. Ser capaces 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.			
CB9. Saber comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin			

ambigüedades.

CB10. Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES:

CG1. Capacidad para poseer y comprender conocimientos basados en los estudios de grado del ámbito económico y empresarial, ampliados como base para su aplicación en contextos de investigación en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional (Descriptores de Dublín).

CG4. Capacidad de comunicar sus conclusiones -y conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades, en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional

CG5. Capacidad de realizar un aprendizaje que le permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional

CG7. Conocimiento de las líneas de investigación en áreas de estudio de fuerte implantación en Economía, Gestión y Comercio Internacional y capacidad de interacción investigadora con las mismas.

CG8. Capacidad de interpretar las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía, la gestión y el comercio internacionales, aplicándola a la resolución de problemas complejos o de investigación.

CG9. Capacidad de derivar de los datos información relevante imposible de reconocer para no expertos en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

CT1. Habilidad para usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en estudio e investigación, con especial aplicación al ámbito empresarial y económico internacional.

CT2. Capacidad para leer y comunicarse en más de un idioma, en especial en inglés, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.

CT3. Capacidad para comunicar con fluidez en entornos diversos, trabajar en equipo y adaptarse a nuevas situaciones, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.

CT4. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.

CT5. Habilidad en la búsqueda y selección de información y fuentes de investigación, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

CE2. Capacidad de comprender y analizar, en entornos de incertidumbre y contextos más amplios, la toma de decisiones y el funcionamiento de la dinámica de las relaciones del comercio internacional, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.

CE9. Capacidad para emitir informes analíticos sobre situaciones concretas de la gestión empresarial, de la economía y del comercio internacional o de sectores de los mismos, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.

TEMAS Y CONTENIDOS

Breve descripción del contenido

Esta asignatura aborda las relaciones comerciales internacionales ampliando los conocimientos básicos que el alumno ya posee sobre la materia. Así, se analiza el entorno económico global en el que tienen lugar los flujos de comercio, las causas del comercio internacional a la luz de las aportaciones teóricas y las principales

consecuencias y desafíos de la apertura comercial. Asimismo, se aborda el análisis y medición del dinamismo y la posición comercial y el patrón comercial de un país tanto geográfico como sectorial. Finalmente, se estudian los principales componentes de la política comercial.

Temario de la asignatura

TEMA 1 EL COMERCIO INTERNACIONAL EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACION

- 1.1. La globalización del comercio: factores determinantes
- 1.2. Beneficios y costes del libre comercio
- 1.3. Indicadores de globalización e integración en los mercados internacionales

Metodología:

Clase magistral con presentación en power point. Antes de la exposición del tema, se colgará la información necesaria en el campus virtual (<http://campusvirtual.unex.es/>) con el fin de que las clases sean más ágiles y participativas y puedan orientarse más a resolver dudas y aclarar cuestiones.

PRACTICA Análisis del grado de integración en los mercados internacionales y comparación entre países

TEMA 2: ¿PORQUE SE COMERCIA?: CAUSAS DEL COMERCIO

- 2.1. Importancia de la dotación de factores: teorías clásicas
- 2.2. Economías de escalas y estrategias de diferenciación del producto: nuevas teoría del comercio internacional
- 2.3. Nuevos enfoques de las causas del comercio

Metodología: Igual que el tema 1

TEMA 3: REPERCUSIONES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 3.1. La controversia entre comercio y crecimiento
- 3.2. El impacto del comercio sobre la pobreza y desigualdad
- 3.3. Comercio internacional, migraciones y empleo

Metodología: Igual que el tema 1

TEMA 4: ANALISIS Y MEDICION DEL DINAMISMO COMERCIAL

- 4.1. Introducción: principales fuentes estadísticas
- 4.2. Indicadores básicos de posición comercial
- 4.3. El crecimiento del comercio: una perspectiva

Metodología: Igual que el tema 1

PRACTICA Análisis de la posición comercial del país seleccionado a partir de las fuentes estadísticas disponibles y de los indicadores necesarios, así como de bibliografía que permita completar el análisis

TEMA 5: ANALISIS Y MEDICION DEL PATRON GEOGRAFICO

- 5.1. Indicadores básicos del patrón comercial geográfico
- 5.2. Distribución geográfica del comercio internacional
- 5.3. La expansión del comercio Sur-Sur, el comercio intrarregional y otras tendencias recientes

Con formato: Normal, Justificado,
Sangría: Primera línea: 0 cm,
Interlineado: Múltiple 1,15 lín.

Metodología: Igual que el tema 1

PRACTICA Análisis del patrón geográfico del país seleccionado a partir de las fuentes estadísticas disponibles y de los indicadores necesarios, así como de bibliografía que permita completar el análisis

TEMA 6: ANALISIS Y MEDICIÓN DEL PATRÓN SECTORIAL

- 6.1. Indicadores básicos del patrón comercial sectorial
- 6.2. Distribución sectorial del comercio internacional.
- 6.3. El crecimiento del comercio de servicios, el comercio de productos intermedios y otras tendencias recientes

Metodología: Igual que el tema 1

PRACTICA Análisis del patrón sectorial del país seleccionado a partir de las fuentes estadísticas disponibles y de los indicadores necesario así como de bibliografía que permita completar el análisis

TEMA 7: LAS POLITICAS COMERCIALES

- 7.1. Marco de política comercial: acuerdos multilaterales y regionales
- 7.2. Instrumentos de política comercial

Metodología: Igual que el tema 1

PRACTICA: Revisión del examen de política comercial realizado por la OMC para el país elegido y síntesis de las principales conclusiones y medidas adoptadas

TRABAJO FINAL: INFORME PAIS

Los alumnos trabajarán en grupo de un máximo de tres en la elaboración de un informe completo sobre el perfil comercial del país elegido. Se trata de recopilar las diferentes prácticas que han ido desarrollando a lo largo del curso sobre el dinamismo comercial, el patrón geográfico y sectorial y la política comercial del país y completarlo para darle estructura de trabajo académico que deberán presentar y exponer oralmente en clase. Con el fin de facilitar el trabajo se les proporcionará una guía de apoyo para la realización de esta práctica.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	S	TP	EP
Teoría 1		2			10
Práctica 1		2			6
Teoría 2		2			10
Teoría 3		2			10
Teoría 4		2			10
Práctica 4		2			6
Teoría 5		2			10
Práctica 5		2			6

Teoría 6		2			10
Práctica 6		2			6
Teoría 7		2			10
Práctica 7		2			6
Practica final		6			20
Evaluación del Conjunto					
TOTAL		150	30		120

GG: Clase en Grupo Grande (entre 40 y 80 alumnos de media según titulación)
 S: Clase en Seminario (entre 20 y 40 alumnos de media según titulación: desdoble del GG)
 TP: Tutorías Programadas (entre 5 y 8 alumnos de media según titulación)
 EP: Estudio personal del alumno, trabajo individual o en grupo, lectura de bibliografía...

CRITERIOS Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Para superar la asignatura existen dos opciones excluyentes de evaluación: sistema no presencial y presencial

SISTEMA DE EVALUACION NO PRESENCIAL

La elección entre el sistema de evaluación continua o el sistema de evaluación con una única prueba final de carácter global corresponde al estudiante durante las tres primeras semanas de cada semestre

Se realizará al final del semestre un examen escrito que abarcará todos los contenidos trabajados y que, al igual que para los alumnos presenciales, supondrá el 60% de la nota final. Con el fin de llegar al 100% de la calificación el alumno deberá elaborar un informe completo sobre el perfil comercial de un país elegido y exponer el mismo oralmente en clase. La elaboración del trabajo y la exposición oral supondrán un 40% y permitirán evaluar la adquisición de competencias.

SISTEMA DE EVALUACIÓN PRESENCIAL

La calificación final será el resultado de las siguientes actividades y ponderaciones:

Realización de trabajos prácticos: 40%

Los alumnos trabajarán en grupo de un máximo de tres en la elaboración de un informe completo sobre el perfil comercial de un país elegido. Se trata de recopilar las diferentes prácticas que han ido desarrollando a lo largo del curso sobre el dinamismo comercial, el patrón geográfico y sectorial y la política comercial del país y completarlo para darle estructura de trabajo académico que deberán presentar y exponer oralmente en clase. La elaboración del trabajo y la exposición oral del mismo permitirán evaluar la adquisición de competencias. Con el fin de facilitar el trabajo se les proporcionará una guía de apoyo para la realización de esta práctica. En el caso de detectarse plagio en alguno de los trabajos presentados, la calificación del mismo es un suspenso automático.

Examen (final) semestral: 60%

Se realizará al final del semestre un examen escrito que abarcará todos los contenidos trabajados. Es necesario tener un mínimo de 4 en este examen para poder aprobar la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

BIBLIOGRAFIA BASICA

- * González Blanco, Raquel (2011) "Diferentes teorías del comercio internacional" *Revista ICE* nº 858
- * Maesso, M. y Gonzalez, R. (2002) *La globalización. Oportunidades y desafíos. Servicio publicaciones UEX*
- * Organización Mundial de Comercio <http://www.wto.org>
- * Organización Mundial de Comercio (2009) *Informe sobre el comercio mundial 2008. El comercio en un mundo en proceso de globalización*

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- Baldwin y Winters (2004) *Challenges to globalization*. The University of Chicago Press
- Baldwin, R. y Wyplosz, C. (2009): *The Economics of European Integration* (3ª edición), Mc-Graw-Hill.
- Deepak Nayyar (2008) *Trade and globalization*. Oxford University Press
- Goldstein, N. (2008) *Globalization and free trade*. Checkmark books
- Rivera-Batiz, L. y Oliva, M.A. (2003) *International trade. Theory, strategies and evidence*. Oxford University Press
- Stiglitz, Joseph E. (2009) *El malestar en la globalización*. Santillana
- Teitel, s. (2005) "Globalization and its disconnects" *The Journal of Socio-Economics* 34 (2005) 444-470

HORARIOS DE TUTORIAS

Los horarios de tutorías serán publicadas en el campus virtual de la asignatura antes del inicio del curso, así como en la web de la Facultad.

RECOMENDACIONES