



Universitat de Lleida

DEGREE CURRICULUM **FOREIGN TRADE**

Coordination: COS SÁNCHEZ, MARÍA PILAR

Academic year 2018-19

Subject's general information

Subject name	FOREIGN TRADE			
Code	101330			
Semester	1st Q(SEMESTER) CONTINUED EVALUATION			
Typology	Degree	Course	Character	Modality
	Bachelor's Degree in Business Administration and Management	4	OPTIONAL	Attendance-based
Course number of credits (ECTS)	6			
Type of activity, credits, and groups	Activity type	PRAULA	TEORIA	
	Number of credits	2.7	3.3	
	Number of groups	2	2	
Coordination	COS SÁNCHEZ, MARÍA PILAR			
Department	BUSINESS ADMINISTRATION			
Teaching load distribution between lectures and independent student work	(40%) 60h presenciales (60%) 90h trabajo autónomo			
Important information on data processing	Consult this link for more information.			
Language	Castellano y catalán			
Distribution of credits	Pilar Cos Sanchez 12 ECTS			
Office and hour of attention	Dilluns de 9:30 a 11:00 hores. Confirmeu assistència mitjançant correu electrònic. Dimecres de 9:30 a 11:00 hores. Confirmeu assistència mitjançant correu electrònic. Altre horari: confirmar per e-mail.			

Teaching staff	E-mail addresses	Credits taught by teacher	Office and hour of attention
COS SÁNCHEZ, MARÍA PILAR	cspilar@aegern.udl.cat	12	

Subject's extra information

Recomendaciones del profesor:

- El Campus Virtual de la UdL (Sakai) es necesario para el desarrollo de esta asignatura. Se utilizará para avisos, informaciones de la profesora,... (espacio anuncios), para publicar los contenidos de la asignatura (espacio recursos), para publicar los enunciados de las actividades y entregar su solución (espacio actividades), y para enviar mensajes individuales (espacio mensajes).
- Es imprescindible leer los contenidos de las unidades antes de cada lección magistral, para seguir adecuadamente las explicaciones teóricas y prácticas. Previamente y durante la explicación de cada unidad se preguntará en clase sobre los contenidos de la misma. La profesora indicará los apartados de lectura correspondientes para cada sesión.
- Es importante sino imprescindible asistir a clases, por su carácter eminentemente práctico y por la tutorización y seguimiento personalizado el día de resolución de las actividades.
- Podéis fijar una tutoría por e-mail o por el campus virtual, independientemente del horario de tutorías establecido.

Learning objectives

L'objectiu general de l'assignatura de Comerç Exterior és introduir els conceptes, els mecanismes i les dinàmiques per començar l'activitat exportadora i/o importadora de l'empresa. Es tracta de veure les regles del joc, els riscos als quals s'enfronta l'empresa i les solucions que li ofereixen els mecanismes existents.

Aquest objectiu general es concreta en els objectius següents:

1. Conèixer els elements bàsics per afrontar els mercats exteriors.
2. Conèixer les principals barreres al comerç internacional i els organismes que procuren la liberalització del mercat.
3. Disposar d'estratègies d'internacionalització, per seleccionar i introduir-se en mercats exteriors.
4. Conèixer i practicar els Incoterms.
5. Conèixer l'operativa de l'activitat importadora i exportadora, així com la documentació corresponent.
6. Aprendre diferents modalitats de cobrament i pagament internacionals.
7. Conèixer el funcionament i les característiques del mercat de divises.

Competences

University of Lleida strategic competences

- Correctness in oral and written language.
- Master Information and Communication Technologies.

Goals

- The general aim of the subject External Trade is to enter the concepts, the mechanisms and the dynamic to start with the exporting activity and/or importing of the company. It treats to see the rules of the game, the risks to which goes through the company and the solutions that offer him the existent mechanisms. This general aim concretises in the following aims: 1. Knowledge of the basic elements to face the external markets. 2. Know the main barriers to the international trade and the organisms that try the liberalisation of the market. 3. Have a range of internationalisation strategies, to select and enter in external markets. 4. Know and practise the Incoterms. 5. Know the operative of the importing and exporting activity, as well as the corresponding documentation. 6. Learn different forms of collection and international payment. 7. Know the operation and the characteristic of the market of divises. 8. Can carry out an international agreement.

- Master a foreign language.

Degree-specific competences

- Create and direct a business, which listens and responds to the changes of the environment in which it operates.
- Apply instrumental techniques to the analysis and solution of business problems and to the taking of decisions.
- Perform the roles related to the different functional areas of a business and institutions.
- Elaborate, interpret and audit the economical-financial information of entities and individuals, and provide them with assessment.

Degree-transversal competences

- Ability to criticise and be self-critical.
- Ability to organise and plan.
- Teamwork and leadership.
- Be able to work and to learn in an autonomous way and simultaneously adequately interact with others, through cooperation and collaboration.
- Ability to analyse and synthesise.
- Act in accordance with rigour, personal compromise and in a quality orientated way.

Subject contents

Module 1: INTERNATIONALISATION AND COMMERCIALISATION

Unit 1: Internationalisation and commercialisation

1. Trade and globalization
 - 1.1. Situation of the world-wide outside trade
 - 1.2 Trade and globalization
2. The international expansion of the company
 - 2.1. Analisis of the company: the decision to export
 - 2.2. Estrategic decisions
 - 2.3. The stages of internationalization of the company
3. Research and market selection
 - 3.1. Introduction
 - 3.2. Stages of marketing research
 - 3.3. Check List of a market research
 - 3.4. Sources of information
4. International strategy formulation
 - 4.1. Concentration versus dispersion
 - 4.2. Global or multi-domestic strategy

5. Forms of entry into foreign markets
 - 5.1. Export in various forms
 - 5.2. The transfer of technology
 - 5.3. Manufacturing in foreign markets

6. International Marketing Plan
 - 6.1. Introduction
 - 6.2. International Product Strategy
 - 6.3. International Price Strategy
 - 6.4. International Distribution Strategy
 - 6.5. International Communication Strategy

7. Export promotion organisms: ICEX, COPCA, ...

Module 2: FOREIGN TRADE OPERATIVE

Unit 2: The Incoterms

1. The Incoterms.
 - 1.1. Definition
 - 1.2. Classification
1. Sounder of the import costs.
2. Sounder of the export costs.

Unit 3: Foreign Trade Management

1. Structure, contents and description of the Integrated Tariff of the European Communities. Taric
 - 1.1. Import and export trade system
 - 1.2. Import custom duties
 - 1.3. Moderations of the Community Tariff Policy
 - 1.4. Preferential U.E agreements
 - 1.5. Description of the Taric's concepts

2. Tax regimes in foreign trade operations.

3. Customs procedures
 - 3.1. Import Customs Formalities
 - 3.2. Exort Customs Formalities
 - 3.3. SAD (Single Administrative Document)
4. Foreign Trade Documents
 - 4.1. Commercial Documents
 - 4.2. International Transport Documents
 - 4.3. Insurance Documents
 - 4.4. Administrative Documents
 - 4.5. Certificate
 - 4.6. Other Dcouments
5. Community Trade
 - 5.1. Concepts
 - 5.2. Taxation in intra-exchanges
 - 5.3. Declaration statistics: Intrastat
6. Internet directions

Module 3: PAYMENT MEANS AND CURRENCY MARKET

Unit 4: Intenational Payment Means

1. The principal means of international payment. Classification.
2. Personal check and bank check
3. Simple payment order
4. Simple Remittance
5. Documentary Remittance
6. Documentary payment order
7. The hedging intruments of the exchange risk

Unit 5: The Documentary Credit

1. Definition
2. Regulation

3. Operation
4. Convention of the documentary credit
5. Types of credits
6. Recommendations

Unit 6: The Currency Market

1. European system of central banks
2. The currency market
3. The hedging instruments of the exchange risk

Methodology

- Documentació teòrica de l'assignatura.
- Explicacions teòriques i pràctiques, del contingut del programa.
- Discussions de debats presencials i/o virtuals.
- Tutoria personalitzada en la realització de les activitats, per l'aplicació dels coneixements adquirits en l'assignatura.

Development plan

Fechas (Semanas)	Descripción:	Actividad Presencial	HTP (2) (Horas)	Actividad trabajo autónomo	HTNP (Hora)
1	Presentación asignatura Unidad 1	Presentación asignatura Lección magistral y actividad de debate	3,5	Leer guía docente de la asignatura	3
2	Unidad 1	Lección magistral y actividad de debate	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
3	Unidad 1 Fiesta: Lunes día 30 de septiembre. Sant Miquel.	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
4	Unidad 1	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
5	Unidad 2	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
6	Unidad 2	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
7	Unidad 2	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
8	Unidad 3	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
9	1a prueba escrita. Temas 1, 2	Realización 1ª prueba	3,75	Estudio y preparación Examen 1	11
10	Unidad 3	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
11	Unidad 4	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
12	Unidad 4	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
13	Unidad 5	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5
14	Unidad 6	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	4,5

FOREIGN TRADE 2018-19

Fechas (Semanas)	Descripción:	Actividad Presencial	HTP (2) (Horas)	Actividad trabajo autónomo	HTNP (Hora
15	Unidad 6	Lección magistral y resolución de caso práctico	3,5		4,5
16	Todas unidades	Repaso asignatura y resolución de caso práctico	3,5	Comprensión y estudio de los apuntes; resolución de la actividad planteada	6,5
17, 18 y 19	2ª prueba escrita. Unidades 3, 4, 5, 6	Realización 2ª prueba escrita	3,75	Estudio y preparación examen 2	11
TOTAL			60		90

Evaluation

La calificación final se obtiene de la media ponderada de las calificaciones obtenidas en cada una de las actividades de evaluación según su peso específico.

Objetivos	Actividades de evaluación Criterios	%	Fechas	O/V (1)	I/G (2)
Unidades 1, 2	Nota 1: Prueba escrita 1 (Examen 1)	18	Miércoles, 13 de noviembre 2013. Hora: 17:30	O	I
Unidades 3, 4, 5, 6	Nota 2: Prueba escrita 2 (Examen 2)	26	Jueves, 23 de enero 2014. Hora: 17:30	O	I
Temas 1 a 6	Notas 3, 4, 5, 6: Entrega de las <u>4 actividades</u> señaladas en el cuadro siguiente (temporalización)	13 x 4 act. (*)	A lo largo del curso	O	I
Temas 1 a 6	Nota 7: participación activa en clase	4	A lo largo del curso	O	I

(1)Obligatoria / Voluntaria

(2) Individual / Grupal

(*) Total actividades: 52%

Temporalización de las 4 actividades de la evaluación continuada (notas 3, 4, 5, 6)

Número actividad	Módulo de referencia	Descripción	O/V (1)	Fecha de inicio actividad	Fecha límite de entrega
Actividad 1	1	Internacionalización y Comercialización	O	25 septiembre	9 octubre
Actividad 2	2	Incoterms	O	16 octubre	30 octubre
Actividad 3	3	Gestión del Comercio Exterior	O	6 noviembre	27 noviembre
Actividad 4	4	Medios de pago y mercado de divisas	O	2 diciembre	18 diciembre

(1) Obligatoria / Voluntaria

Aclaraciones de la evaluación de la asignatura:

- Es obligatorio la realización y entrega de 3 de las 4 actividades. En su caso, la calificación de la actividad no entregada será un "0" y no se podrá recuperar la actividad.
- La entrega de las actividades puede ser complementada y/o substituida con una prueba escrita u oral de cada una de ellas en el horario de clase.
- Las dos pruebas escritas son obligatorias, y la nota media mínima exigida entre los dos exámenes es un 4 sobre 10.
- Las fechas de las pruebas escritas no se aplazarán por ningún motivo. Cada prueba escrita tiene un día y una hora de realización ya fijadas en el cuadro anterior.
- Para superar la asignatura es imprescindible que la nota media de las pruebas escritas sea igual o superior a 4 y que la calificación final (nota resultante de la media ponderada de las 7 notas) sea igual o superior a cinco.
- El alumno que únicamente obtenga calificación de 2 o menos de las 6 primeras notas de la evaluación tendrán como nota final de esta asignatura la calificación de NO PRESENTADO.
- La participación activa en clase se refiere a las preguntas planteadas del temario y a la resolución de ejercicios en clase, siendo importante, por tanto, su asistencia.

Bibliography

Basic Bibliography

GARCIA CRUZ, R.(2000): *Marketing Internacional*.Madrid. . Esic Editorial.

ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL, supervisión de O. Llamazares (2005): *Curso superior de Estrategia y gestión del Comercio Exterior*. Madrid. ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) y Consejo Superior de Cámaras.

NIETO, A. y LLAMAZARES, O. (1998): *Marketing Internacional*. Madrid. Ediciones Pirámide.

SERRA, M. (2005): *Gestió del comerç internacional I*.Barcelona. Edita: Generalitat de Catalunya; Departament d'Indústria, Comerç i Turisme y Direcció General de Comerç i COPCA.

Complementary Bibliography

ALONSO, J.A. y DONOSO, V. (1998): *Competir en el exterior: La empresa española y los mercados internacionales*. Madrid. ICEX(Instituto Español de Comercio Exterior).

CCI (Cámara de Comercio Internacional) (2000): *Incoterms 2000*. Barcelona. ICC Publishing, S.A. Versión española.

COPCA y CIDEM: *Guía de financiación para empresas, operaciones de exterior*.

COSTA, L. y FONT, M (2003): *Las divisas en la estrategia internacional de la empresa*.Madrid. ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior).

CRISTALLO, D. (2003): "Trade in a 25-member European Union". *Statistic in focus, External Trade. European Communities*. Theme 6 – 4/2003

DE LA DEHESA, G. (2004): *Comprender la globalización*. Madrid. Alianza Editorial.

DIEZ VERGARA, M.(1997): *Manual práctico de Comercio Internacional*. Bilbao. Ediciones Deusto.

DURAN, J.J. (1997): *Mercados de divisas y riesgo de cambio*.Madrid. Ediciones Pirámide.

ENRIQUEZ DE DIOS, J. JOSE (1994): *Transporte Internacional de mercancías*.

ESIC Editorial y ICEX, Madrid.

GARCIA CRUZ, R.(2000): *Empresas Españolas en los mercados internacionales*. Madrid. . Esic Editorial.

HERNANDEZ MUÑOZ, L.(2000): *El Crédito Documentario*. Madrid. ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior).

MARQUEZ, J.M.(1996): *Medios de pago en la compraventa internacional*. Madrid. Esic Editorial y ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior).

OGEA, M. y SALINAS, P. (1995): *Fiscalidad del Comercio Exterior*.Madrid. ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior).

SERANTES SANCHEZ, P. (2000): *Medios de pago Internacionales (Casos Prácticos)*. Madrid. ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior).

SERANTES, P. (2001): *Gestión financiera del Comercio Exterior*. Casos prácticos. Madrid. ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior).

UNION EUROPEA (2005): "Previsiones económicas de primavera 2005-2006". *Comisión UE*. Bruselas. Abril 2005.

VARIOS AUTORES (2004): *Claves de la Economía Mundial*. Madrid. ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior).