



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

## GRADO EN COMERCIO

|                   |                                                         |                            |                               |
|-------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| <b>Asignatura</b> | <b>El Comercio Internacional:<br/>Historia y Teoría</b> | <b>Código</b>              | <b>801959</b>                 |
| <b>Módulo</b>     | <b>Formación Complementaria</b>                         | <b>Materia</b>             | <b>Historia<br/>Económica</b> |
| <b>Carácter</b>   | <b>Optativa</b>                                         |                            |                               |
| <b>Créditos</b>   | <b>6 ECTS</b>                                           | <b>Presenciales</b>        | <b>3</b>                      |
|                   |                                                         | <b>No<br/>presenciales</b> | <b>3</b>                      |
| <b>Curso</b>      | <b>3º y 4º</b>                                          | <b>Semestre</b>            | <b>2º</b>                     |

|                                 |                                              |
|---------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>Departamento Responsable</b> | <b>Historia e Instituciones Económicas I</b> |
| <b>Coordinador /a</b>           | Correo electrónico                           |
| Ana Isabel Rosado Cubero        | arosado@ucm.es                               |

## SINOPS

### BREVE DESCRIPTOR

El comercio internacional desde una perspectiva histórica estudiando las sucesivas etapas y teorías del comercio y del intercambio en general, esencial para la formación integral del/la alumno/a de gestión comercial: de la expansión comercial durante la época medieval, a la revolución comercial y el mercantilismo o la visión del comercio como “juego de suma cero”; de la era del libre comercio y las reflexiones de los clásicos sobre patrones de especialización y términos del intercambio, a la segunda globalización y los complejos modelos neoclásicos. Se trata de conectar los problemas del comercio internacional con los debates más relevantes en cada momento, como los efectos de las globalizaciones o la relación entre comercio, sostenibilidad ambiental y desarrollo

económico.

### CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS *(opcional)*

Coinciden con los del acceso al Grado. Conocimientos básicos respecto a lo que han sido los grandes hitos de la evolución histórica mundial y de España.

### OBJETIVOS FORMATIVOS

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer en profundidad la teoría e historia del comercio internacional.  
Conocimiento del origen histórico de las principales teorías del comercio internacional.  
Ser capaces de contextualizar los acontecimientos históricos contemporáneos.  
Ser capaces de aprender a usar los conocimientos en el mundo real  
Que el estudiante conozca en profundidad las instituciones y mecanismos propios de la actividad comercial a nivel internacional.  
Ser capaces de proponer ideas para mejorar una empresa comercial

#### COMPETENCIAS

##### Generales

CG1 - Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial

CG2 - Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial

CG3 - Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve

CG4 - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa

CG6 - Saber comportarse con una actitud responsables ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general

CG7 - Aprender a aprender, como ejemplo saber cómo, cuándo, donde..., nuevos desarrollos personales son necesarios (por ejemplo, la retórica, las presentaciones, el trabajo en equipo o la gestión de personal)

##### Específicas:

CE1 - Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución en el tiempo de la economía y la actividad comercial desde una triple perspectiva temática: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización de la economía, de cara a saber situar la realidad de la actividad comercial actual en su contexto histórico.

CE2 - Saber analizar las distintas variables y fenómenos que intervienen tanto en el comercio interior como en el exterior, de cara a poder analizar de forma crítica las políticas de comercio promocionadas e implantadas por los países a lo largo de la historia. (deben aparecer las que el departamento haya aprobado para la asignatura de entre las que constan en la memoria verificada para su módulo y materia)

CE14 - Saber plantear y analizar las diversas situaciones competitivas en las que se encuentra la empresa al querer operar en el extranjero para la puesta en práctica eficaz en una operación comercial internacional.

**CONTENIDOS TEMÁTICOS**  
(Programa de la asignatura)

- Tema 1. EL METODO CIENTIFICO EN ECONOMIA
- Tema 2. INTRODUCCION A LA HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONOMICO
- Tema 3. EL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA ESCUELA CLASICA
- Tema 4. LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES DE LA EDAD MEDIA A LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL
- Tema 5. EL COMERCIO INTERNACIONAL DESPUES DE LA REVOLUCION INDUSTRIAL
- Tema 6. LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES AMERICANAS
- Tema 7. LA TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN LA ACTUALIDAD
- Tema 8. LAS INSTITUCIONES COMERCIALES INTERNACIONALES: LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO
- Tema 9.- EL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA TEORÍA DE LA COMPETENCIA IMPERFECTA
- Tema 10. ESPAÑA Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

| ACTIVIDADES DOCENTES                                                     | % DEL TOTAL DE CRÉDITOS        | PRESENCIALIDAD |
|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------|
| Asistencia y participación activa en clase                               | 44%                            | 100            |
| Trabajo guiado                                                           | 9%                             | 50             |
| Trabajo autónomo del/la alumno/a                                         | 26%                            | 0              |
| Trabajo grupal del/la alumno/a                                           | 18%                            | 0              |
| Otras actividades                                                        | 3%                             | 60             |
| EVALUACIÓN                                                               |                                |                |
| SISTEMA DE EVALUACIÓN                                                    | Participación en la Nota Final |                |
| Pruebas orales y/o escritas                                              | 60                             |                |
| Presentaciones                                                           | 15                             |                |
| Trabajo e informes                                                       | 15                             |                |
| Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre | 10                             |                |

## RECURSOS

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Bernstein, William J. (2009) *Un intercambio espléndido: cómo el comercio modeló el mundo desde Sumeria hasta hoy*. Barcelona: Ariel.  
Krugman, P. and Obstfeld M. (1993). *Economía internacional: teoría y política*. Madrid: McGraw-Hill, D.L.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Blaug, M. (1985). *La metodología de la economía*. Madrid: Alianza  
Chandler, A. (1988). *La mano visible: la revolución en la dirección de la empresa norteamericana*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.  
Clough, S. B. y Rapp, R. T. (1979): *Historia económica de Europa*, Barcelona: Omega  
Fraile, P. (1998). *La retórica contra la competencia en España (1875-1975)*. Madrid: Argantaria-Visor.  
Goff, J. le (1966). *Mercaderes y banqueros de la edad media*. Buenos Aires: Eudeba.  
González-Arce J. D. (2010). *Los gremios contra la construcción del libre mercado*. *Revista de Historia Industrial*. 42, 1: 15-42.  
Hamilton E. J. (1948). *The Role of Monopoly in the Overseas Expansion and Colonial Trade of Europe Before 1800*. *The American Economic Review, Papers and Proceedings of the Sixtieth Annual Meeting of the American Economic Association*. 38, 2: 3-53.  
Krugman, P. (1992). *The age of diminishing expectations*. Chapter 9, Cambridge: the MIT press.  
Krugman, P. (1994). *Competitividad una peligrosa obsesión*. Traducción de Edison Fred Henao Atehortúa. *Foreign Affairs*, April.  
Krugman, P. (2009). *Increasing returns in a comparative advantage world*. *The New York Times*, 4 November.  
Mill, J S. [1848] (2006). *Principios de economía política: con algunas de sus aplicaciones a la filosofía social*. New York: Cosimo classics.  
Ricardo, D. [1817] (1994). *Principios de Economía política y tributación*. México: Fondo de Cultura Económica  
Smith, A. [1776] (1994), *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Madrid: Alianza Editorial.

## Idioma en que se imparte

Español e Inglés

## Otra información

Se introducirán en el Campus Virtual.