



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	El Comercio Internacional: Historia y Teoría	Código	801959
Módulo	Formación complementaria	Materia	Historia Económica
Carácter	Optativa	Créditos	6
Curso	3º y 4º	Semestre	Segundo

Departamento Responsable	Economía Aplicada, Estructura e Historia
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas

SINOPSIS

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 librecambio 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	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	0

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.