

**Guía docente de la asignatura**

Asignatura	Dirección de empresas internacionales (Business Management)		
Materia	D1. Internacionalización de la Empresa		
Módulo	D. Actividad Empresarial		
Titulación	MÁSTER EN COMERCIO EXTERIOR		
Plan	631	Código	52277
Periodo de impartición	Primer cuatrimestre	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Máster	Curso	
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Inglés		
Profesor/es responsable/s	Ricardo Gúdel Fernández		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	983185993 ricardo.gudel@uva.es		
Departamento	Organización de Empresas y C.I.M.		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura “Dirección de empresas internacionales (Business Management)” forma parte de la materia “Internacionalización de la Empresa” dentro del módulo “Actividad Empresarial. Se imparte en el primer cuatrimestre.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura de Dirección de Empresas Internacionales sirve para introducir a los estudiantes conceptos relacionados los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente al comercio y a los negocios internacionales. Desde un punto de vista holístico, se propone detectar los factores sociales, culturales y políticos más significativos en cada mercado, así como las necesidades y funciones del departamento de exportación/internacionalización de la empresa en relación con el resto de asignaturas del Máster en Comercio Exterior.

1.3 Prerrequisitos

Ninguno.



2. Competencias

2.1 Generales

G1. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente al comercio y a los negocios internacionales y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos en el departamento internacional de una empresa (exportación, importación, inversiones, etc.) en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.

G3. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar una empresa en mercados internacionales.

2.2 Específicas

E1. Conocer la evolución del comercio exterior en su historia más reciente, así como saber los aspectos teóricos relativos al comercio exterior y las alternativas y prácticas adecuadas para la expansión o la restricción del mismo.

E3. Adquirir la capacidad de elaborar con rigor estrategias de internacionalización de una empresa o sector.

3. Objetivos

Saber elegir la/s opción/opciones más adecuada/s de internacionalización de la empresa de entre las distintas formas de acceso a los mercados exteriores, así como saber seleccionar el intermediario de distribución más apropiado para el país objetivo.

Saber detectar los factores sociales, culturales y políticos más significativos en cada mercado, así como las necesidades y funciones del departamento de exportación/internacionalización de la empresa.

Determinar la estructura organizativa más apropiada al estadio de internacionalización de la empresa



4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: “La internacionalización de la empresa”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1,0

a. Contextualización y justificación

Los contenidos de este bloque se ven al inicio de la asignatura.

b. Objetivos de aprendizaje

Determinar las razones de la intermediación, especialmente de la PYME, y conocer las funciones básicas del área de internacional.

c. Contenidos

- Razones para la internacionalización de actividades.
- Etapas en la internacionalización de la empresa.
- La internacionalización de la PYME.
- Funciones del área de internacional.

d. Métodos docentes

Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.

e. Plan de trabajo

- Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.
- Clases prácticas con una puesta en común de los ejercicios propuestos a los alumnos para que así desarrollen tanto la capacidad crítica como la reflexiva.
- El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre los aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.

f. Evaluación

Este bloque se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:

- La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.
- La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.
- Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004): Negocios Internacionales, capítulo 1. 10ª edición, Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México.

Hill, Charles w.L. (2007). Negocios Internacionales, 6ª edición, capítulos 12 y 13, McGraw-Hill, México D.F.

g.2 Bibliografía complementaria

Llamazares García-Lomas. Olegario, supervisor (2005): Estrategia y Gestión del Comercio Exterior, 2ª edición, Módulo 2, apartados 1 y 5, ICEX, Madrid.

Canals, Jordi, Ariño, África, García Pont, Carlos y Sabria, Frederic. (1997): La Dirección Internacional de la Empresa, capítulo "La Internacionalización de la Empresa", Folio, Madrid.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

h. Recursos necesarios

- Los libros de texto recomendados.
- La información complementaria proporcionada por el profesor.
- Aula con ordenador y proyector para el profesor y WIFI accesible

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1,0	2 semanas y media

Bloque 2: "Formas de acceso a los mercados exteriores"

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2,0

a. Contextualización y justificación

Seleccionar la forma de acceso para cada mercado y empresa es fundamental para acometer con éxito la internacionalización.

b. Objetivos de aprendizaje

Determinar la forma de acceso más apropiada para cada mercado, y especialmente, del intermediario de distribución. Siempre teniendo en cuenta el estadio en el que se encuentra la empresa en el proceso de internacionalización.

c. Contenidos

- Modelos (opciones) de internacionalización de la empresa.
- Los intermediarios en distribución.

d. Métodos docentes

Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.

e. Plan de trabajo

- Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.
- Clases prácticas con una puesta en común de los ejercicios propuestos a los alumnos para que así desarrollen tanto la capacidad crítica como la reflexiva.
- El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre los aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.

f. Evaluación

Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:

- La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.
- La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.
- Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

Llamazares García-Lomas. Olegario, supervisor (2005): Estrategia y Gestión del Comercio Exterior, 2ª edición, Módulo 2, apartados 2 y 3, ICEX, Madrid.

Guisado Tato, Manuel (2002): Internacionalización de la Empresa. Estrategias de Entrada en los Mercados Extranjeros, Pirámide, Madrid.

g.2 Bibliografía complementaria

Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H. (2000): *Negocios Internacionales*, capítulo 17. 8ª edición, Addison Wesley, Naucalpan de Juárez, México.

Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004): *Negocios Internacionales*, capítulo 17. 10ª edición, Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

h. Recursos necesarios

- Los libros de texto recomendados.
- La información complementaria proporcionada por el profesor.
- Aula con ordenador y proyector para el profesor y WIFI accesible

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2,0	5 semanas

Bloque 3: “El entorno político”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1,0

a. Contextualización y justificación

Los partidos políticos, las políticas gubernamentales y los nacionalismos afectan al comercio internacional. El riesgo político que hace vulnerables las operaciones exteriores no es el mismo en todos los países.

b. Objetivos de aprendizaje

Ser capaz determinar y evaluar el riesgo político, y sus clases, para hacer frente a la vulnerabilidad de las operaciones exteriores.

c. Contenidos

- Modelos (opciones) de internacionalización de la empresa.
- Los intermediarios en distribución.

d. Métodos docentes

Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.

e. Plan de trabajo

- Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.

- Clases prácticas con una puesta en común de los ejercicios propuestos a los alumnos para que así desarrollen tanto la capacidad crítica como la reflexiva.
- El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre los aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.

f. Evaluación

Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:

- La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.
- La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.
- Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004): *Negocios Internacionales*, capítulos 3, 6, 11 y 12. 10ª edición, Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México.

Cateora, Philip R. Y Graham, John L. (2006): *Marketing Internacional*, capítulos 6 y 15, 12ª edición. McGraw-Hill, México D.F.

g.2 Bibliografía complementaria

Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H. (2000): *Negocios Internacionales*, capítulos 3 y 6. 8ª edición, Addison Wesley, Naucalpan de Juárez, México.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

h. Recursos necesarios

- Los libros de texto recomendados.
- La información complementaria proporcionada por el profesor.
- Aula con ordenador y proyector para el profesor y WIFI accesible

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1,0	2 semanas y media

Bloque 4: “El entorno cultural (La inteligencia cultural, requisito para la internacionalización)”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1,5

a. Contextualización y justificación

Para hacer negocios internacionales es necesario aculturarse al objeto de no cometer errores tanto de forma como de fondo. Para esto es necesario conocer los elementos de la cultura y si ésta es de alto o bajo contexto.

b. Objetivos de aprendizaje

Determinar los factores culturales y más relevantes que afectan a los negocios Internacionales y las formas de capacitación cultural más apropiadas.

c. Contenidos

- La cultura.
- Los elementos de la cultura: Lenguajes verbal y gestual, religión, valores y actitudes, modales y costumbres, elementos materiales, estética, educación e instituciones sociales.
- Análisis cultural.
- La capacitación cultural.

d. Métodos docentes

Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.

e. Plan de trabajo

- Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.
- Clases prácticas con una puesta en común de los ejercicios propuestos a los alumnos para que así desarrollen tanto la capacidad crítica como la reflexiva.
- El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre los aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.

f. Evaluación

Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:

- La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.
- La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.
- Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

Livermore, David A. (2015), *Leading with cultural intelligence: the real secret to success* / David Livermore; foreword by Soon Ang, Ph.D., and Linn Van. American Management Association.

Cateora, Philip R. Y Graham, John L. (2006): *Marketing Internacional*, capítulos 3, 4, 5 y 19, 12ª edición. McGraw-Hill, México D.F

Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004): *Negocios Internacionales*, capítulo 2. 10ª edición, Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México.

Hill, Charles w.L. (2007). *Negocios Internacionales*, 6ª edición, capítulo 3, McGraw-Hill, México D.F.

g.2 Bibliografía complementaria

Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H. (2000): *Negocios Internacionales*, capítulo 2. 8ª edición, Addison Wesley, Naucalpan de Juárez, México.

Llamazares García-Lomas. Olegario, supervisor (2005): *Estrategia y Gestión del Comercio Exterior*, 2ª edición, Módulo 1, apartado 1.4. y módulo 6, apartados 1 y 2, ICEX, Madrid.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

h. Recursos necesarios

- Los libros de texto recomendados.
- La información complementaria proporcionada por el profesor.
- Aula con ordenador y proyector para el profesor y WIFI accesible

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1,5	3 semanas y media

Bloque 5: “La organización de la compañía internacional”

Carga de trabajo en créditos ECTS: 0,5

a. Contextualización y justificación

La estructura organizativa internacional ideal no existe. La empresa ha de optar por la organización más conveniente al estadio de internacionalización en que se encuentre.

b. Objetivos de aprendizaje

Poder determinar la estructura organizativa más apropiada y cuándo ha de evolucionar esta.



c. Contenidos

- Las estructuras organizativas.
- Las estructuras simples.
- La estructura multidivisional.

d. Métodos docentes

Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.

e. Plan de trabajo

- Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.
- Clases prácticas con una puesta en común de los ejercicios propuestos a los alumnos para que así desarrollen tanto la capacidad crítica como la reflexiva.
- El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre los aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.

f. Evaluación

Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:

- La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.
- La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.
- Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

Material proporcionado por el profesor de la asignatura.

g.2 Bibliografía complementaria

Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H. (2000): Negocios Internacionales, capítulo 2. 8ª edición, Addison Wesley, Naucalpan de Juárez, México.

Kelly, P P. (2009) 'International Business and Management', Cengage Learning EMEA.

Griffin, R. and Putsay, M. (2005) 'International Business', Ed. 4. Pearson - Prentice Hall.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

h. Recursos necesarios

- Los libros de texto recomendados.
- La información complementaria proporcionada por el profesor.
- Aula con ordenador y proyector para el profesor y WIFI accesible

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
0,5	1 semana y media

5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Lección magistral.
- Método del caso.
- Trabajo en grupo, aprendizaje cooperativo.
- Tutorías individuales y en grupo.
- Utilización de plataforma MOODLE.



6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	26	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	20
Clases prácticas	32	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	20
Evaluación	2	Realización de trabajos, informes, memorias.	40
		Preparación orientada a la evaluación	10
Total presencial	60	Total no presencial	90
TOTAL presencial + no presencial			150

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
A) Evaluación continua		
Notas de test sumativos	30%	Posibilidad de realizarlos mediante herramientas online (Campus Virtual, Kahoot...)
Trabajo individual/grupal*	35%	
Examen Final**	35%	

* Para que un alumno sea evaluado por evaluación continua deberá participar en, al menos, el 80% de los trabajos y prácticas de la asignatura.

** Para poder sumar las notas de seminarios y trabajo individual/grupal a la prueba escrita es necesario obtener mínimo un 3,5 sobre 10 en la prueba escrita.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
B) Evaluación final: Examen Final	100%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Evaluación continua o Examen final. Se trata de opciones excluyentes.
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Evaluación Final



8. Consideraciones finales

La asignatura contará para su seguimiento con la plataforma de apoyo a la docencia MOODLE y otras plataformas de docencia online.

