

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Denominación de la asignatura	<b>D11. Dirección de empresas internacionales (Business Management)</b>		
Materia	D1. Internacionalización de la Empresa		
Módulo	D. Actividad Empresarial		
Titulación	<b>MÁSTER EN COMERCIO EXTERIOR</b>		
Plan	631	Código	52277
Periodo de impartición		Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Máster	Cuatrimestre	1º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Inglés		
Profesores responsables	Emilio Hernández Correa / Luis Óscar Ramos Alonso		
Datos de contacto	983185980 <a href="mailto:emilio.hernandez@uva.es">emilio.hernandez@uva.es</a> 983423581 <a href="mailto:oscar@emp.uva.es">oscar@emp.uva.es</a>		
Horario de tutorías	Las indicadas en la web de la UVA.		
Departamento	Organización de Empresas y C.I.M.		
Área de conocimiento	Organización de Empresas		

## SITUACIÓN / SENTIDO DE LA ASIGNATURA

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.
Prerrequisitos	Ninguno.

## CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

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.
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.
Transversales	T3. Aprender a comprender y respetar la diversidad social y la multiculturalidad como un componente enriquecedor personal y colectivo, con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social o política.

## OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

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.

## TABLA DE DEDICACIÓN DEL ALUMNO A LA ASIGNATURA

<b>HORAS PRESENCIALES: 10 x 6 ECTS = 60*</b> * A las 60 horas (de teoría +práctica) hay que sumar 4 h de la evaluación final.			
Clases teóricas	Clases prácticas	Actividades académicamente dirigidas	Evaluación
30	30	-	4
<b>HORAS NO PRESENCIALES: 15 x 6 ECTS = 90</b>			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos , informes, memorias, ...	Preparación orientada a la evaluación
30	30	15	15

## BLOQUES TEMÁTICOS (por orden cronológico)

<b>Bloque 1. La Internacionalización de la empresa</b>	
<b>Contextualización y justificación</b>	Los contenidos de este bloque se ven al inicio de la asignatura.
<b>Objetivos de aprendizaje</b>	Determinar las razones de la intermediación, especialmente de la PYME, y conocer las funciones básicas del área de internacional.
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razones para la internacionalización de actividades.</li> <li>• Etapas en la internacionalización de la empresa.</li> <li>• La internacionalización de la PYME.</li> <li>• Funciones del área de internacional.</li> </ul>
<b>Métodos docentes</b>	Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.
<b>Plan de trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.</li> <li>• 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.</li> <li>• El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre ellos aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.</li> </ul>
<b>Evaluación</b>	<p>Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.</li> <li>• La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.</li> <li>• Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.</li> </ul>
<b>Bibliografía básica</b>	<p>Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004): <i>Negocios Internacionales</i>, capítulo 1. 10ª edición, Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México.</p> <p>Hill, Charles w.L. (2007). <i>Negocios Internacionales</i>, 6ª edición, capítulos 12 y 13, McGraw-Hill, México D.F.</p>
<b>Bibliografía complementaria</b>	<p>Llamazares García-Lomas. Olegario, supervisor (2005): <i>Estrategia y Gestión del Comercio Exterior</i>, 2ª edición, Módulo 2, apartados 1 y 5, ICEX, Madrid.</p> <p>Canals, Jordi, Ariño, África, García Pont, Carlos y Sabria, Frederic. (1997): <i>La Dirección Internacional de la Empresa</i>, capítulo "La Internacionalización de la Empresa", Folio, Madrid.</p>
<b>Recursos necesarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los libros de texto recomendados.</li> <li>• La información complementaria proporcionada por el profesor.</li> </ul>
<b>Carga de trabajo en créditos ECTS</b>	1,0

<b>Bloque 2. Formas de acceso a los mercados exteriores</b>	
<b>Contextualización y justificación</b>	Seleccionar la forma de acceso para cada mercado y empresa es fundamental para acometer con éxito la internacionalización.
<b>Objetivos de aprendizaje</b>	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.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modelos (opciones) de internacionalización de la empresa.</li> <li>Los intermediarios en distribución.</li> </ul>
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.</li> <li>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.</li> <li>El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre ellos aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.</li> </ul>
Evaluación	<p>Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.</li> <li>La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.</li> <li>Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.</li> </ul>
Bibliografía básica	<p>Llamazares García-Lomas. Olegario, supervisor (2005): <i>Estrategia y Gestión del Comercio Exterior</i>, 2ª edición, Módulo 2, apartados 2 y 3, ICEX, Madrid.</p> <p>Guisado Tato, Manuel (2002): <i>Internacionalización de la Empresa. Estrategias de Entrada en los Mercados Extranjeros</i>, Pirámide, Madrid.</p>
Bibliografía complementaria	<p>Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H. (2000): <i>Negocios Internacionales</i>, capítulo 17. 8ª edición, Addison Wesley, Naucalpan de Juárez, México.</p> <p>Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004): <i>Negocios Internacionales</i>, capítulo 17. 10ª edición, Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México.</p>
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los libros de texto recomendados.</li> <li>La información complementaria proporcionada por el profesor.</li> </ul>
Carga de trabajo en créditos ECTS	2,0

<b>Bloque 3. El entorno político</b>	
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.
Objetivos de aprendizaje	Ser capaz determinar y evaluar el riesgo político, y sus clases, para hacer frente a la vulnerabilidad de las operaciones exteriores.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Confiscación, expropiación y otros riesgos.</li> <li>Estímulos a la inversión extranjera</li> <li>La vulnerabilidad política. Evaluación y eliminación.</li> </ul>
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.</li> <li>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.</li> <li>El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre ellos aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.</li> </ul>

Evaluación	Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación: <ul style="list-style-type: none"> <li>La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.</li> <li>La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.</li> <li>Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.</li> </ul>
Bibliografía básica	Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004): <i>Negocios Internacionales</i> , capítulos 3, 6, 11 y 12. 10ª edición, Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México. Cateora, Philip R. Y Graham, John L. (2006): <i>Marketing Internacional</i> , capítulos 6 y 15, 12ª edición. McGraw-Hill, México D.F.
Bibliografía complementaria	Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H. (2000): <i>Negocios Internacionales</i> , capítulos 3 y 6. 8ª edición, Addison Wesley, Naucalpan de Juárez, México.
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los libros de texto recomendados.</li> <li>La información complementaria proporcionada por el profesor.</li> </ul>
Carga de trabajo en créditos ECTS	0,5

<b>Bloque 4. El entorno cultural (La inteligencia cultural, requisito para la internacionalización)</b>	
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.
Objetivos de aprendizaje	Determinar los factores culturales y más relevantes que afectan a los negocios Internacionales y las formas de capacitación cultural más apropiadas.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>La cultura.</li> <li>Los elementos de la cultura: Lenguajes verbal y gestual, religión, valores y actitudes, modales y costumbres, elementos materiales, estética, educación e instituciones sociales.</li> <li>Análisis cultural.</li> <li>La capacitación cultural.</li> </ul>
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.</li> <li>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.</li> <li>El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre ellos aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.</li> </ul>
Evaluación	Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación: <ul style="list-style-type: none"> <li>La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.</li> <li>La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.</li> <li>Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.</li> </ul>
Bibliografía básica	Livermore, David A. (2015), <i>Leading with cultural intelligence : the real secret to success</i> / David Livermore; foreword by Soon Ang, Ph.D., and Linn Van. American Management Association. Cateora, Philip R. Y Graham, John L. (2006): <i>Marketing Internacional</i> , capítulos 3, 4, 5 y 19, 12ª edición. McGraw-Hill, México D.F.

	Daniels, John D., Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2004): <i>Negocios Internacionales</i> , capítulo 2. 10ª edición, Pearson Educación, Naucalpan de Juárez, México. Hill, Charles w.L. (2007). <i>Negocios Internacionales</i> , 6ª edición, capítulo 3, McGraw-Hill, México D.F.
Bibliografía complementaria	Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H. (2000): <i>Negocios Internacionales</i> , capítulo 2. 8ª edición, Addison Wesley, Naucalpan de Juárez, México. Llamazares García-Lomas. Olegario, supervisor (2005): <i>Estrategia y Gestión del Comercio Exterior</i> , 2ª edición, Módulo 1, apartado 1.4. y módulo 6, apartados 1 y 2, ICEX, Madrid.
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los libros de texto recomendados.</li> <li>• La información complementaria proporcionada por el profesor.</li> </ul>
Carga de trabajo en créditos ECTS	2,0

<b>Bloque 5. La organización de la compañía internacional</b>	
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.
Objetivos de aprendizaje	Poder determinar la estructura organizativa más apropiada y cuándo ha de evolucionar esta.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las estructuras organizativas.</li> <li>• Las estructuras simples.</li> <li>• La estructura multidivisional.</li> </ul>
Métodos docentes	Lección magistral, seminarios prácticos, estudio de casos y exposición de trabajos.
Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases teórico-expositivas. Para facilitar el desarrollo de las anteriores se facilitará al alumnado los textos y las lecturas apropiadas.</li> <li>• 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.</li> <li>• El alumno, obligatoriamente, realizará un ensayo (individual o grupal) sobre ellos aspectos más relevantes del entorno cultural, además de lecturas obligatorias, búsqueda de información y estudio individual.</li> </ul>
Evaluación	Este bloque, junto con el anterior se servirá de los siguientes procedimientos diferenciados de evaluación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La participación en las prácticas (seminarios) de la signatura: 30% de la puntuación global.</li> <li>• La realización de un trabajo individual/grupal sobre los temas propuestos por el profesor o por el alumno: 40 % de la puntuación global.</li> <li>• Una prueba escrita sobre los conocimientos alcanzados en el estudio individual del alumno: 30% de la puntuación global.</li> </ul>
Bibliografía básica	Material proporcionado por el profesor de la asignatura.
Bibliografía complementaria	Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H. (2000): <i>Negocios Internacionales</i> , 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.
Recursos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los libros de texto recomendados.</li> <li>• La información complementaria proporcionada por el profesor.</li> </ul>
Carga de trabajo en créditos ECTS	0,5

## CRONOGRAMA

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
La Internacionalización de la Empresa	1,0	Se adecuará a los horarios de impartición de la asignatura establecidos en cada curso académico
Formas de Acceso a los Mercados Exteriores	2,0	
El entorno político	0,5	
El entorno cultural	2,0	
La organización de la compañía internacional	0,5	
Evaluación	0,16*	La prueba final escrita (que forma parte de la evaluación continua) se realizará en la fecha fijada por la coordinación del Máster.

\* 0,16 = 4 horas de evaluación / 25 horas por ECTS.

## EVALUACIÓN – TABLA RESUMEN

1. EVALUACIÓN CONTINUA*		
INSTRUMENTO / PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Seminarios	20%	
Trabajo individual/grupal*	20%	
Pruebas escritas	60%	

\* Para que un alumno sea evaluado por evaluación continua deberá asistir al menos al 80% de las sesiones de la asignatura.

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

1. EVALUACIÓN GLOBAL (ÚNICA)*		
INSTRUMENTO / PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prueba escrita*	100%	Se realizara en la fecha fijada para la realización del examen final en primera o segunda convocatoria

\* La materia de examen abarca los cinco bloques en los que está estructurada la asignatura más los contenidos teóricos de los seminarios.

## CONSIDERACIONES FINALES

--