

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

|             |   |
|-------------|---|
| Titulación: | Master Universitario en Dirección Estratégica de Comercio Internacional |
|-------------|---|

|                       |                               |
|-----------------------|-------------------------------|
| Rama de Conocimiento: | Ciencias Sociales y Jurídicas |
|-----------------------|-------------------------------|

|                   |   |
|-------------------|---|
| Facultad/Escuela: | Escuela de Postgrado y Formación Permanente |
|-------------------|---|

|             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Asignatura: | Estrategia Internacional |
|-------------|--------------------------|

|       |             |
|-------|-------------|
| Tipo: | Obligatoria |
|-------|-------------|

|                |   |
|----------------|---|
| Créditos ECTS: | 6 |
|----------------|---|

|        |   |
|--------|---|
| Curso: | 1 |
|--------|---|

|         |      |
|---------|------|
| Código: | 8131 |
|---------|------|

|                  |                  |
|------------------|------------------|
| Periodo docente: | Segundo semestre |
|------------------|------------------|

|          |   |
|----------|---|
| Materia: | Estrategia en el Comercio Internacional |
|----------|---|

|         |                    |
|---------|--------------------|
| Módulo: | Módulo Fundamental |
|---------|--------------------|

|                    |            |
|--------------------|------------|
| Tipo de enseñanza: | Presencial |
|--------------------|------------|

|         |            |
|---------|------------|
| Idioma: | Castellano |
|---------|------------|

|  |     |
|--|-----|
| Total de horas de dedicación del alumno: | 150 |
|--|-----|

| Equipo Docente                   | Correo Electrónico     |
|----------------------------------|------------------------|
| Ramón Fernández de Caleyá Dalmau | ramon.fernandez@ufv.es |

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de estrategia Internacional nace de la idea de que es fundamental que el alumno se familiarice con las empresas desde todos los aspectos y en su entorno. Es por ello por lo que debe conocer cada uno de los departamentos y saber cómo actúa ante la internacionalización. Se ofrece una visión global del escenario empresarial (teórico y práctico), que permita conocer los principales ámbitos, los más relevantes, que inciden y condicionan la organización y gestión de las empresas. En definitiva, aprender los aspectos básicos de la realidad empresarial y su entorno dentro del mercado nacional e internacional.

La asignatura aporta un conocimiento general de qué es la propiedad intelectual y cómo está estructurada, las distintas herramientas de protección que ofrece y cómo se debe de incorporar en un proceso de

internacionalización para que éste sea exitoso.

La mayor parte de las políticas que se aplican en España, por ejemplo las políticas arancelarias, aduaneras, comerciales, de marcas y patentes, son fruto de la legislación comunitaria. Las empresas deben conocer las normas comunitarias y los efectos que su aplicación pueden tener en nuestra vida económica y social.

Se realiza un estudio breve de los Organismos Internacionales más importantes y de los organismos multilaterales como complemento necesario, ya que es una estrategia de alto potencial. En esta asignatura se acerca a los alumnos a las licitaciones internacionales, explicando qué se entiende por licitación pública internacional, quienes son los principales operadores en éste mercado y cuál es el atractivo del mismo para las empresas.

## OBJETIVO

Los objetivos de esta asignatura son:

- . Conocer los elementos, los empleados, los equipos y demás stakeholders que influyen en asuntos estratégicos de empresas internacionales y empresas nacionales con departamentos internacionales o con necesidades de expansión internacional.
- . Ofrecer una visión global del escenario empresarial (teórico y práctico), que permita conocer los principales ámbitos, los más relevantes, que inciden y condicionan la organización y gestión de las empresas. En definitiva, aprender los aspectos básicos de la realidad empresarial y su entorno dentro del mercado nacional e internacional.
- . Identificar y usar distintas fuentes de información. Se trata de trabajar con bases de datos públicos o privadas y de ámbitos nacional e internacional. El objetivo es que el alumno las integre como una herramienta clave del proyecto de internacionalización.
- . Conocer qué es la propiedad intelectual y cómo está estructurada, las distintas herramientas de protección que ofrece y cómo se debe de incorporar en un proceso de internacionalización para que éste sea exitoso.
- . Conocer las políticas que se aplican en España, por ejemplo las políticas arancelarias, aduaneras, comerciales, de marcas y patentes, fruto de la legislación comunitaria, así como, las normas comunitarias y los efectos que su aplicación pueden tener en nuestra vida económica y social.
- . Entender qué se entiende por licitación pública internacional, quienes son los principales operadores en éste mercado y cuál es el atractivo del mismo para las empresas.

## CONTENIDOS

### INTRODUCCIÓN A LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN

- . La estrategia en el comercio internacional
- . Metodología de internacionalización
- . Herramientas clave para diseñar un plan de negocio
- . Innovación y cambio organizativo

### ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES:

- . Diagnóstico de las variables internas para la adecuación del modelo estratégico de internalización según las particularidades de la empresa y sus bienes y/o servicios.
- . Análisis económico y de mercado para el diseño de estrategias de acceso adaptadas al bien o servicio. Adaptaciones voluntarias u obligatorias.
- . Barreras culturales, diferencias de clases y estrategias.
- . Exportación o importación versus internalización: pasos a seguir.
- . Análisis del público objetivo: gestión de objetivos entre cliente final y cliente real
- . Claves para el control final de la operación: particularidades del mercado y negociación internacional.
- . Claves para la dirección estratégica en un proyecto internacional.
- . Dirección de equipos de alto rendimiento
- . Claves para el diseño y dirección del Business Plan Internacional

### CONSULTORÍA ESTRATÉGICA

- . La internacionalización como un proyecto estratégico: cómo dirigirlo y gestionarlo
- . Planificación y Selección de Mercados Internacionales

- Proveedores, clientes, competidores y marco regulatorio y cómo afecta en el proceso de internacionalización
- Examen interno de la empresa por procesos que permita conocer sus debilidades y fortalezas
- Estrategia y fuentes de información
- La Propiedad Intelectual como herramienta de internacionalización

#### INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS:

- La empresa Española: Diferencias entre la empresa española y la internacional
- Consecuencias de la ampliación de la UE en las PYMES
- Evolución de las Empresas Internacionales. Las Nuevas empresas internacionales
- El Departamento Internacional.

#### ORGANISMOS MULTILATERALES

- Instituciones Financieras Multilaterales: Quiénes son, dónde están, cómo funcionan y qué ofrecen
- Cómo establecer una estrategia dentro de la empresa para identificar licitaciones, prepararlas y darles seguimiento

#### INSTITUCIONES INTERNACIONALES

- Organismos globales y regionales: FMI, OCDE; MERCOSUR, NAFTA, UE.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### ACTIVIDADES PRESENCIALES / MATERIALES VIRTUALES

El desarrollo de la asignatura se realizará teniendo en cuenta metodologías de docencia activa, basadas principalmente en el flipped learning o clase invertida, que favorezcan el mejor uso del tiempo de clase para que los estudiantes participen de manera activa en el desarrollo de diferentes actividades que supongan, en definitiva, una mayor participación del alumno en su aprendizaje.

En el campus virtual el alumno dispondrá de los materiales que contribuyan a la preparación de la asignatura. Durante el tiempo de clase, el profesor será el que dinamice las distintas sesiones que permitirá el desarrollo de los diversos temas que componen la asignatura, intercalando explicaciones teóricas con el planteamiento de ejercicios o casos prácticos, que se resolverán por parte de los alumnos.

#### TUTORÍAS

Atención personalizada e individualizada con la finalidad de poder aclarar, revisar los conceptos y trabajos realizados durante las clases presenciales y aquellos otros trabajos a desarrollar por los alumnos como actividades no presenciales.

Las tutorías servirán como elemento de apoyo y orientación al alumno en su proceso de aprendizaje.

#### ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

En función de las indicaciones del profesor podrán ser las siguientes:

Previamente a las actividades presenciales el alumno tendrá que realizar un estudio teórico de los materiales disponibles.

Tras la clase, el alumno deberá revisar los temas desarrollados en clase y/o realizar un estudio práctico mediante la resolución y preparación de los ejercicios y casos propuestos para su discusión y/o exposición en la siguiente clase.

#### NOTA IMPORTANTE:

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

| ACTIVIDAD PRESENCIAL | TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL |
|----------------------|--|
| 49,50 horas          | 100,50 horas                             |

## COMPETENCIAS

## Competencias básicas

Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudios.

Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Saber comunicar conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

## Competencias generales

Mostrar conocimientos avanzados sobre organización y administración de empresas dedicadas al comercio internacional.

Aplicar y desarrollar conocimientos y habilidades para gestionar con eficiencia los recursos necesarios para desarrollar estrategias de comercio internacional en sus diferentes ámbitos funcionales.

## Competencias específicas

Ser capaz de utilizar las distintas fuentes de información (bases de datos públicos o privadas y de ámbitos nacional e internacional) como una herramienta clave del proyecto de internacionalización.

Ser capaz de plantear estrategias de negocio rentables y sostenibles en el tiempo

Capacidad para diseñar y dirigir estrategias comerciales y de marketing que optimicen la satisfacción del cliente y alcanzar los objetivos marcados en el plan de negocio internacional.

Ser capaz de definir misión y objetivos estratégicos teniendo en cuenta los factores que impactan en el comercio internacional

Habilidad para aplicar las estrategias MIX de Marketing en el ámbito internacional adaptadas a las particularidades de cada mercado

Ser capaz de dirigir equipos en la ejecución y control de proyectos internacionales de la organización empresarial

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identifica los modelos de diagnóstico de internacionalización para una empresa: puedo, dónde y cómo?
- Diferencia las distintas opciones de internacionalización de las empresas para ser aplicadas en distintos casos.
- Enumera las distintas tendencias en la internacionalización de las empresas en función del sector/país.

Identifica las posibles barreras/oportunidades y aplicación de estrategias a las mismas en un contexto de internacionalización.

Identifica los principales donantes (Banco Mundial, Banco Asiático de Desarrollo), las oportunidades de licitación, los ciclos de proyecto y las fases de licitación en el contexto de organismos multilaterales

Resuelve casos concretos de internacionalización de una empresa imaginaria basados en supuestos objetivos

Resume y defiende la elección de un modelo de internacionalización sobre otro para una empresa concreta mediante casos prácticos

Comunica al resto de alumnos las conclusiones sobre casos prácticos de internacionalización concretos de manera sintética

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

### CONVOCATORIA ORDINARIA

Examen presencial: 40 %

Los trabajos individuales y grupales propuestos en clase: 50%

Evaluación continua (asistencia y participación activa en las clases, actitud manifestada, participación en el Aula Virtual, asistencia a tutorías, etc.). 10%

La nota del examen para hacer media con el resto de actividades y poder superar la asignatura debe ser de 5 o superior.

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

La evaluación extraordinaria será igual que la evaluación ordinaria. Se mantienen las partes aprobadas y hay que recuperar solo las suspensas. Los alumnos deben ser responsables de estar pendientes de lo que es necesario para superar la asignatura en esta convocatoria. Si la parte suspensa fuera el apartado de evaluación continua, deberá desarrollar un trabajo que le será asignado por el profesor responsable de la asignatura.

#### NOTA IMPORTANTE:

En caso de que las recomendaciones sanitarias nos obliguen a volver a un escenario de docencia en remoto los pesos del sistema de evaluación no se verán afectados. El examen presencial se sustituirá por un examen en remoto con herramientas que garanticen la autenticidad de la prueba.

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

Cadenas Globales de Valor y Políticas de Desarrollo , Desarrollo Económico, vol. 56, Nº 220 (enero-abril 2017) , Carlo Pietrobelli\*\* y Cornelia Staritz

España en la inversión directa internacional (2014) Varios autores: Miguel Villarrica y otros, ISBN 978-84-92737-21-5

Galán J., Galende J.,González J.(2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización: El caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. Revista Economía Industrial # 333

Galán J., Galende J.,González J.(2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización: El caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. Revista Economía Industrial # 333

Galán J., Galende J.,González J.(2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización: El caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. Revista Economía Industrial # 333.

How Asia Works, by Joe Studwell varias ediciones inglés/español

Manual de internacionalización, 2º edición CECO-ICEX, Coordinador Jesús Arteaga, ISBN: 978-84-7811-866-3

Nativo Internacional, Periódico Expansión, Juan Millán:

<http://www.expansion.com/opinion/2017/10/17/59e6376046163f6c058b4592.html>

Qué países liderarán la economía mundial en 2050 World Economic Forum:

<https://es.weforum.org/agenda/2017/02/que-paises-lideraran-la-economia-mundial-en-2050/>

Thank you for being late (2016), editado por inglés Farrar, Strauss and Giroux, Thomas L. Friedman

The\_World\_Is\_Flat (2007), , Varias ediciones en inglés/español. Thomas L. Friedman-