

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2018-2019.

Identificación y características de la asignatura			
Código	401150	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Estrategia de Negocios Internacionales		
Denominación (inglés)	International Business Strategy		
Titulaciones	MASTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN ECONOMÍA, GESTIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Semestre	2º	Carácter	Obligatorio
Módulo	COMÚN		
Materia	Estrategia de Negocios Internacionales		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Pedro Eugenio López Salazar	36	pelopez@unex.es	
Área de conocimiento	Organización de Empresas		
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
Competencias *			
CB6: 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.			
CB7: Que los estudiantes sepan 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 estudio.			
CB8: Que los estudiantes sean capaces de 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.			
CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones ¿y los conocimientos y razones últimas que las sustentan¿ a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.			
CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.			
CG2: Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas en entornos de incertidumbre dentro de contextos más			

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

<p>amplios (o multidisciplinares), en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional (apartado 3.3 del Anexo I del Real Decreto 1393/2007).</p>
<p>CG3: Capacidad de 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 en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional (apartado 3.3 del Anexo I del Real Decreto 1393/2007).</p>
<p>CG4: Comprensión de la bibliografía científica en su campo de estudio.</p>
<p>CG9: Capacidad de derivar de los datos información relevante imposible de reconocer para no expertos en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional.</p>
<p>CT1: Comunicación oral y escrita en la lengua nativa</p>
<p>CT2: Capacidad para leer y comunicarse en más de un idioma, en especial en inglés, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.</p>
<p>CT3: Capacidad para comunicar con fluidez en entornos diversos, trabajar en equipo y adaptarse a nuevas situaciones, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.</p>
<p>CT4: Capacidad para trabajar en equipo</p>
<p>CE5: Capacidad de comprender y analizar, en entornos de incertidumbre y contextos más amplios, la dinámica del marketing internacional y sus aspectos estratégicos, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.</p>
<p>CE8: Capacidad de evaluar consecuencias de distintas alternativas de acción en el ámbito de la gestión económica internacional y de seleccionar razonadamente alternativas consideradas mejores, dados los objetivos, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.</p>
<p>CE9: Capacidad para emitir informes analíticos sobre situaciones concretas de la gestión empresarial, de la economía y del comercio internacional o de sectores de los mismos, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.</p>
<p>CE10: Capacidad para analizar críticamente el diseño y la gestión de proyectos económicos internacionales, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.</p>
<p>Contenidos</p>
<p>Breve descripción del contenido*</p>
<p>Esta asignatura parte de la aplicación general del método científico a las ciencias sociales, y en particular, su desarrollo a partir de una revisión exhaustiva de los diferentes enfoques, paradigmas y programas de investigación científica existentes en el ámbito de la Economía y Organización, Dirección y Administración de Empresas. En concreto se estudiarán conocimientos sobre las líneas de investigación en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los procesos de Internacionalización de las Organizaciones desde una perspectiva estratégica - La investigación en la gestión de la internacionalización en PYMES - La investigación en emprendedurismo a nivel internacional <p>A nivel práctico, en todos los aspectos anteriormente mencionados, se presentan las diferentes líneas de investigación que se desarrollan en la actualidad en la comunidad científica.</p>

Temario de la asignatura
<p>Denominación del tema 1: FUNDAMENTOS CONCEPTUALES Y METODOLÓGICOS EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA</p> <p>Contenidos teóricos del tema 1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Estrategia y Pensamiento Estratégico 1.2. El Proceso Estratégico 1.3. Las Críticas al Sistema Formal 1.4. Los Peligros en la Toma de Decisiones Estratégicas 1.5. Dirección y Liderazgo Estratégico <p>Metodología: Se procederá a la explicación de los contenidos teóricos en grupo grande con presentación en Power Point. Se facilitará la participación del alumnado, tanto individualmente como en grupo, dando paso al debate sobre aspectos relacionados con el tema que se esté tratando.</p> <p>Práctica: Presentación y discusión de las diferentes líneas de investigación a que da origen el tema</p>
<p>Denominación del tema 2: PROCESOS DE GLOBALIZACIÓN</p> <p>Contenidos teóricos del tema 2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Los Modelos de Internacionalización 2.2. Las Estrategias de Internacionalización <ol style="list-style-type: none"> 2.1.1. Procesos 2.1.2. Estructuras 2.1.3. Cultura <p>Metodología: Se procederá a la explicación de los contenidos teóricos en grupo grande con presentación en Power Point. Se facilitará la participación del alumnado, tanto individualmente como en grupo, dando paso al debate sobre aspectos relacionados con el tema que se esté tratando.</p> <p>Práctica: Presentación y discusión de las diferentes líneas de investigación a que da origen el tema</p>
<p>Denominación del tema 3: LA ODISEA DE LAS MARCAS</p> <p>Contenidos teóricos del tema 4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Los procesos 4.2. Las estrategias 4.3. Los condicionamientos 4.4. Las implicaciones de gestión <p>Metodología: Se procederá a la explicación de los contenidos teóricos en grupo grande con presentación en Power Point. Se facilitará la participación del alumnado, tanto individualmente como en grupo, dando paso al debate sobre aspectos relacionados con el tema que se esté tratando.</p>

<p>Practica: Presentación y discusión de las diferentes líneas de investigación a que da origen el tema</p>					
Actividades formativas*					
Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1 Teoría	25	5			20
1. Práctica	25	5			20
2. Teoría	25	5			20
2. Práctica	25	5			20
3. Teoría	25	5			20
3. Práctica	25	5			20
Evaluación del conjunto	150	30			120
<p>GG: Grupo Grande (100 estudiantes). SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40). TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS). EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.</p>					
Metodologías docentes*					
<p>Metodología: Se procederá a la explicación de los contenidos teóricos en grupo grande con presentación en Power Point. Se facilitará la participación del alumnado, tanto individualmente como en grupo, dando paso al debate sobre aspectos relacionados con el tema que se esté tratando.</p> <p>Practica: Presentación y discusión de las diferentes líneas de investigación a que da origen el tema.</p>					
Resultados de aprendizaje*					
<p>Adquisición de los conocimientos básicos necesarios para investigar en alguna de las líneas de investigación vinculadas al tema, así como estar en condiciones para analizar de manera crítica y creativa el problema de la internacionalización y sus procesos.</p>					
Sistemas de evaluación*					
<p>Se realizará un examen escrito que consistirá en varias preguntas a desarrollar de la materia impartida en clase, para la comprobación de la adquisición de los conocimientos teórico-prácticos adquiridos. Se valorará con un 60% del total de la evaluación.</p> <p>Adicionalmente, se realizará y presentará en clase un trabajo de investigación acerca de una de las materias impartidas en la asignatura. Se valorará con un 15% del total la</p>					

realización del trabajo y con un 15% adicional la presentación del mismo, teniendo en cuenta el tiempo empleado, la tecnología, la forma de expresión, etc.
El 10% restante está destinado a la asistencia y participación activa del alumnado en la resolución de problemas o casos prácticos, principalmente.

Bibliografía (básica y complementaria)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Charles W.L. Hill and Gareth R. Jones (2006) Strategic Management Theory: an Integrate Approach, Houghton Mifflin Company, Boston

Philippe Lasserre (2007) Global Strategic Management, Palgrave McMillan, New York

Anil K. Gupta and D. Eleanor Westney (2003) Smart Globalization: Designing Global Strategies, Creating Global Networks, MIT Sloan Management Review Series, Chicago

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Abell Derek F. (1980) Defining the Business: Starting Point of Strategic Planning, Prentice Hall, New York

Mead Richard and Andrews Tim G. (2009) International Management: Culture and Beyond, Jhon Wiley & Sons Ltd, West Sussex, England

Dranove David and Marciano Sonia (2005) Kellog on Strategy, Jhon Wiley and Sons, Inc., New Jersey

Douglas Lamont (2002) Global Strategy, Capstone Publishing, Oxford.

Douglas Lamont

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Horario de tutorías

Tutorías programadas:

Tutorías de libre acceso:
Recomendaciones