

GESTIÓN DE EMPRESAS EN EL MARCO INTERNACIONAL

Curso 2015-2016

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	CARÁCTER
Específico	Diversidad cultural en el ámbito administrativo	Gestión de Empresas en el Marco Internacional	1º	2º	6	Optativo
PROFESOR(ES)			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)			
Nuria Esther Hurtado Torres Miguel Ángel Pérez Castro			Nuria Esther Hurtado Torres Dpto. Organización de Empresas, Campus de Cartuja s/n Granada 958243708 Email: nhurtado@ugr.es			
			Miguel Ángel Pérez Castro Despacho nº 105 Campus universitario Melilla. Móvil 620 09 73 58. Email: pcastro@ugr.es			
			HORARIO DE TUTORÍAS			
			- Primer cuatrimestre: Jueves y viernes de 10 a 13 horas. - Segundo cuatrimestre: Lunes y martes de 12 a 13:30 horas. Jueves de 10:30 a 13:30 horas.			
MÁSTER EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS MÁSTERES A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR			
Máster Universitario en Diversidad Cultural. Un Enfoque Multidisciplinar y Transfronterizo			No existen			
PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)						
Ninguno						



BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL MÁSTER)

El objetivo de esta asignatura es profundizar en el conocimiento de los procesos de internacionalización de las empresas, prestando una especial atención a los aspectos de gestión específicos de las empresas multinacionales. Para conseguir este objetivo se analizarán los marcos teóricos que explican estos procesos de internacionalización y se estudiará la problemática cultural que condiciona las decisiones que han de afrontar las empresas en el diseño de su plan de internacionalización. Se da a conocer los obstáculos a los que se enfrentan las empresas en su proceso de internacionalización, así como el papel jugado por impulsores internos y externos a la organización. Además, se examinan las diferentes estrategias de entrada de las empresas en los mercados internacionales, destacando las diferencias entre las diversas opciones para identificar criterios que ayuden a seleccionar el modo de entrada más adecuado en cada caso, así como el diseño organizativo y los mecanismos de coordinación y control, que deben acompañar estos procesos.

COMPETENCIAS BÁSICAS, GENERALES TRASVERSALES Y ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

Competencias Básicas:

- 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 ambigüedad

Competencias Generales.

- CG3. Utilizar los principales métodos, diseños y técnicas de investigación, tanto cuantitativos como cualitativos, para desarrollar investigaciones de calidad
- CG4. Redactar de forma clara y concreta informes de resultados destinados tanto a público experto como a no experto
- CG6. Trabajar de forma autónoma, expresando interés o curiosidad intelectual, demostrando motivación y habilidad en el aprendizaje estratégico y auto-regulado

Competencias transversales.

- CT3. Que los estudiantes sepan utilizar con precisión la terminología y los conceptos relacionados con la diversidad cultural

Competencias Específicas

- CE1-E. aplicar los principios de la interculturalidad a situaciones administrativas
- CE4-J. Que los estudiantes vayan adquiriendo una formación que les permita tener opiniones propias y críticas sobre las respuestas administrativas a la diversidad cultural
- CE5-A. Que los estudiantes conozcan y valoren planes y programas administrativos que sirvan para atender a la diversidad cultural



OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

El alumno sabrá/comprenderá:

- Los marcos teóricos que explican los procesos de internacionalización de las empresa
- Los factores que facilitan o impiden la internacionalización de las empresas.
- Las amenazas, oportunidades y planteamientos estratégicos a los que se enfrentan las empresas en los mercados internacionales.
- Las características de las estrategias de internacionalización y los factores que influyen en su selección.

El alumno será capaz de:

- 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 estudio.
- Comunicar de forma adecuada sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- Redactar de forma clara y concreta informes de resultados destinados tanto a público experto como a no experto
- Trabajar de forma autónoma, expresando interés o curiosidad intelectual, demostrando motivación y habilidad en el aprendizaje estratégico y auto-regulado

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

PARTE I LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1.1. CONTEXTO INTERNACIONAL, INTERNACIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

- 1.1.1 Contexto internacional e internacionalización
- 1.1.2 Competitividad internacional: Enfoques
- 1.1.3 Teorías explicativas de la internacionalización

1.2. LA DECISIÓN DE INTERNACIONALIZARSE: FACTORES DETERMINANTES

- 1.2.1 Motivos que conducen a la internacionalización.
- 1.2.2 Impulsores del proceso de internacionalización.
- 1.2.3 Obstáculos a la internacionalización.

1.3. EL DISEÑO DEL PLAN DE INTERNATIONALIZACIÓN



PARTE II ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

2.1. ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN

2.1.1 Estrategias de exportación

2.1.2 El comportamiento exportador:

- Medición del comportamiento exportador.
- Relación entre tamaño de la empresa y comportamiento exportador

2.2. ESTRATEGIAS DE COOPERACIÓN

2.2.1 Definición y características de los acuerdos de cooperación

2.2.2 La importancia de los acuerdos de cooperación

2.2.3 Estrategias de cooperación entre empresas en los mercados internacionales

2.3. ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN DIRECTA EN EL EXTERIOR (I.D.E.): LA EMPRESA MULTINACIONAL

2.3.1 Factores determinantes de la I.D.E.

2.3.2 Contenido y alcance de la I.D.E.

2.3.3 La empresa multinacional

TEMARIO PRÁCTICO:

Práctica 1. Globalización y competitividad internacional de las empresas.

Práctica 2. Los obstáculos a la internacionalización

Práctica 3. El diseño del plan de internacionalización.

Práctica 4. Casos de éxito de empresas internacionales



BIBLIOGRAFÍA

- Bartlett, C. y Goshal, C. (1996). La empresa sin fronteras. Mc- Graw-Hill.
- Brenes G., y León F. (2008). Las Born Global: Empresas de Acelerada Internacionalización. Tec Empresarial, vol 2.
- Canals, J. (1994). La internacionalización de la empresa. Mc- Graw-Hill.
- Daniels, J.D. y Radebaugh, L.H. (1999). Negocios internacionales. Contextos y Operaciones. Addison Wesley.
- Durán Herrera, J.J. (2001). Estrategia y Economía de la Empresa Multinacional. Pirámide.
- Guillén, Mauro, F. Y García-Canl, Esteban (2011). Las Nuevas Multinacionales: Las Empresas Españolas en el Mundo. Editorial Ariel S.A.
- Hill, Ch.W.L. (2001). Negocios Internacionales. McGraw-Hill.
- Jarillo, J.C. y Echezarraga, J.M. (1991). Estrategia Internacional: Mas Allá de la Exportación. Mc-Graw- Hill.
- Martínez, A. (1995). Empresas Muntinacionales. Estructura Organizativa y Función Financiera. Universidad de Valladolid.
- Pla, J. y León, F. (2004). Dirección de Empresas Internacionales. Pearson Prentice-Hall.
- Rialp i Criado, A., Rialp Criado, J. y Gary A. Knight (2010). La vocación global de los nuevos modelos de PYMEs: el caso de las empresas "born-globals". Economía industrial.
- Rugman, A.M. y Hodgetts, R.M. (1997). Negocios Internacionales: Un Enfoque de Administración Estrategica. Mc-Graw- Hill.
- Young, S.; Hamill, J.; Wheeler, C. y Davis, J.R. (1991). Penetración y Desarrollo de los Mercados Internacionales. Plaza&Janes Editores.

ENLACES RECOMENDADOS

Dimensiones culturales de Hofstede

<http://geert-hofstede.com/>. El centro Hofstede ofrece valiosas herramientas para ayudar a visualizar las diferencias culturales y su impacto.

Globe Project: <http://business.nmsu.edu/programs-centers/globe/instruments/>. Instrumentos de proyectos globales.

Pasaporte al exterior (programa del ICEX):

<http://www.icex.es/documentos/base.swf>

Trámites, ayudas y procedimientos para internacionalizar tu empresa

Biblioteca de la Universidad de Granada (catálogo de libros, bases de datos, revistas electrónicas, etc.)

<http://biblioteca.ugr.es>

Prensa y revistas de empresa: www.expansion.com; www.cincodias.com; www.actualidad-economica.com; www.emprendedores.es; www.universia.es/ubr



ugr | Universidad
de Granada

METODOLOGÍA DOCENTE

Tras una primera sesión de corte meramente introductorio y de descripción general del curso, el curso se estructura en 2 partes fundamentales. La metodología de impartición resulta similar para cada sesión temática (en forma de módulo cerrado), articuladas en base a la exposición en clases magistrales por parte de los profesores de los fundamentos teóricos y la selección, lectura, resumen y discusión general en clase de artículos y casos considerados por los profesores como claves o relevantes sobre cada uno de los temas previstos en el programa. En concreto, las metodologías docentes empleadas serán:

- MD1. Clases expositivas, debatidas con los estudiantes, en las que se busque sobre todo la aplicación de los contenidos
- MD2. Trabajos supervisados
- MD3. Orientación y tutorización

EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

Evaluación continua:

La asistencia a clase es obligatoria en al menos un 70% de las sesiones, siendo necesaria una participación activa en las mismas. Además, es también requisito necesario la superación del examen escrito para superar el curso.

La evaluación de la asignatura se obtiene de la ponderación de los siguientes factores:

- SE1. Prueba escrita individual 50%
- SE2. Exposiciones y debates sobre los trabajos realizados 30%
- SE3. Participación cualificada 20%

Evaluación única:

Aquellos estudiantes que no puedan cumplir con el método de evaluación continua por motivos laborales, estado de salud, discapacidad o cualquier otra causa debidamente justificada que les impida seguir el régimen de evaluación continua, podrán acogerse a una evaluación única final. En este caso el estudiante deberá cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 8 de la Normativa de Evaluación y de Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada. La nota del examen escrito corresponderá al 100% de la calificación.

Evaluación por incidencias:

Podrán solicitar evaluación por incidencias, los estudiantes que no puedan concurrir a las pruebas finales de evaluación o a las programadas en la Guía Docente con fecha oficial, por alguna de las circunstancias recogidas en el artículo 15 de la Normativa de evaluación y de calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada.

INFORMACIÓN ADICIONAL

El horario y el lugar de impartición de las clases aparecen recogidos en la guía del Máster. Todo el material (guiones de clase, prácticas, trabajos individuales y grupales, evaluaciones...) se descarga y actualiza constantemente en el Aula Virtual de la asignatura de la Universidad de Granada, en la plataforma Prado2.

La exposición de los trabajos y el examen escrito tendrá lugar el último día de docencia de la asignatura. El resto de casos prácticos se realizarán durante las sesiones.

