



FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	35797
Nombre	Dirección de Empresas Internacionales
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2024 - 2025

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1313 - Grado en Administración y Dirección de Empresas	Facultad de Economía	3	Primer cuatrimestre
1330 - Grado en Administración y Dirección de Empresas (Ontinyent)	Facultad de Economía	3	Primer cuatrimestre
1921 - Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho	Facultad de Economía	3	Primer cuatrimestre
1926 - Doble Grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas	Facultad de Economía	3	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1313 - Grado en Administración y Dirección de Empresas	2 - Dirección General de la Empresa	Obligatoria
1330 - Grado en Administración y Dirección de Empresas (Ontinyent)	2 - Dirección General de la Empresa	Obligatoria
1921 - Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho	4 - Asignaturas obligatorias de tercer curso	Obligatoria
1926 - Doble Grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas	4 - Asignaturas de tercer curso	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
LINARES NAVARRO, ESMERALDA	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'
VILLAR GARCIA, CRISTINA	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'



RESUMEN

Dirección de Empresas Internacionales es una asignatura de carácter obligatorio, que se imparte en el primer semestre del curso de formación adicional (CFA) del Grado en Administración y Dirección de Empresas. Está adscrita al Área de Organización de Empresas y consta de un total de 4,5 créditos ECTS.

Para responder a las exigencias del Grado, se propone un programa que aporte al estudiante los conocimientos básicos necesarios para entender el funcionamiento de las empresas internacionales e iniciarlo en la gestión de las mismas. En la actualidad, la mayor parte de las empresas de los países avanzados están altamente internacionalizadas, de forma que existe acuerdo en considerar el final del siglo XX y el comienzo del XXI como la era de la globalización. Además, la empresa internacional tiene características propias. Se puede destacar como una problemática propia de estas empresas, y que las diferencia de las demás, el hecho de operar en diversos mercados geográficos donde las monedas, los referentes culturales, las legislaciones laborales, fiscales, la competencia, etc. son distintas. En esta asignatura se pretende, por tanto, formar al alumno en aquellos conocimientos básicos que permiten entender el funcionamiento específico de la empresa multinacional.

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Dirección de Empresas Internacionales tiene como objetivo general proporcionar al alumno aquellos conocimientos básicos que permiten entender el funcionamiento específico de la empresa multinacional. En particular, se enfatiza en la descripción, comprensión y análisis de la realidad, retos, decisiones y herramientas propias de la gestión de empresas internacionales, con el fin de alcanzar los siguientes objetivos:

- Comprender el entorno global en el que evolucionan estas empresas.
- Analizar los motivos que las llevan a internacionalizarse.
- Revisar las distintas teorías que justifican su aparición.
- Conocer las distintas posibilidades de expansión y cómo se desarrolla su proceso de internacionalización.
- Identificar las estrategias y configuraciones estructurales alternativas que pueden adoptar.
- Entender la influencia que en sus estrategias puede tener la cultura de los países de destino.
- Introducir las distintas formas de hacer negocios en los diversos mercados internacionales.
- Conocer las políticas de recursos humanos de las empresas multinacionales.
- Analizar las características propias de la internacionalización de la empresa española.

Por tanto, a través de esta asignatura se trata de proporcionar al alumno los conocimientos y habilidad básicos que le permitan afrontar los retos relacionados con la dirección de empresas internacionales, propias del actual entorno global en el que nos encontramos.

**CONOCIMIENTOS PREVIOS****Relación con otras asignaturas de la misma titulación**

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Los estudiantes deben partir de una formación completa sobre el proceso de dirección de la empresa, y por tanto, conocer la empresa y sus áreas funcionales, su estructura organizativa y su vinculación con el entorno. Estos conceptos previos serán punto de referencia para el desarrollo de la asignatura, de forma que tendrán que extenderse y adaptarse al caso de la empresa internacional.

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)**1313 - Grado en Administración y Dirección de Empresas**

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Comunicación oral y escrita en la lengua nativa.
- Capacidad para utilizar el inglés en el ámbito profesional.
- Capacidad para utilizar las TICs en el ámbito de estudio.
- Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
- Capacidad de tomar decisiones.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Gestionar el tiempo de modo efectivo.
- Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- Creatividad.
- Capacidad de liderazgo y movilización de las capacidades de otros.
- Capacidad para coordinar actividades.
- Conocer las características y fundamentos generales de la dirección y organización de empresas, y saber utilizar los instrumentos y herramientas disponibles para analizar y diseñar políticas y estrategias empresariales, tomando en consideración el ámbito internacional de los negocios y sabiendo valorar los efectos de dichas estrategias sobre la actividad y los resultados empresariales y sobre el entorno socioeconómico a corto y largo plazo.
- Saber realizar diagnósticos estratégicos en entornos complejos e inciertos, utilizando las metodologías adecuadas para resolverlos.



- Capacidad para tomar decisiones en ambientes de certidumbre e incertidumbre.
- Comprender el impacto de las variables económicas, político-legales, socioculturales, tecnológicas y medioambientales sobre la actividad empresarial.
- Saber plantear objetivos y estrategias en los diferentes niveles de la organización así como valorar las implicaciones y necesidades para su consecución.
- Capacidad para planificar, organizar, controlar y evaluar la puesta en práctica de las estrategias empresariales.
- Saber contextualizar los principios de la dirección de empresas y del diseño e implantación de estrategias al ámbito de los negocios internacionales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

- Poseer los conocimientos básicos sobre las características del entorno que rodea a las empresas internacionales.
- Capacidad para describir y analizar los motivos que impulsan a las empresas a internacionalizarse.
- Evaluar de forma crítica las distintas formas de internacionalización que pueden llevar a cabo las empresas.
- Conocer los distintos enfoques estratégicos que pueden adoptar las empresas internacionales.
- Capacidad para describir y analizar las diferencias culturales con las que se pueden encontrar cualquier empresa al internacionalizarse.
- Capacidad para analizar y sintetizar la información empresarial en un informe escrito y argumentar sobre ella, mediante conceptos o técnicas de gestión de las empresas internacionales.
- Trabajar en equipo de forma eficaz con otros compañeros.
- Manejar y comprender la bibliografía y documentación en lengua inglesa.
- Resolver tareas o realiza trabajos en el tiempo asignado para ello manteniendo la calidad del resultado.
- Proponer y valorar acciones empresariales con una perspectiva socialmente responsable.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. LA GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA.

- 1.1. ¿Qué es la globalización?
- 1.2. Factores impulsores de la globalización.
- 1.3. Factores disuasorios de la globalización.
- 1.4. Globalización, ética y regulación de las Empresas Multinacionales



2. LA ESTRATEGIA INTERNACIONAL.

- 2.1. La estrategia internacional: motivos y condiciones
- 2.2. La decisión de entrada y la elección de los mercados
- 2.3. Formas de entrada
 - 2.3.1. Exportación.
 - 2.3.2. Licencias.
 - 2.3.3. Inversión directa.
- 2.4. El proceso de internacionalización

3. LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA MULTINACIONAL

- 3.1. Presiones globalizadoras y localizadoras del entorno en los negocios internacionales.
- 3.2. Enfoques estratégicos de competencia internacional
- 3.3. Organización de la actividad internacional: estructuras organizativas.
- 3.4. El ajuste estrategia-estructura

4. CULTURA Y RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA MULTINACIONAL

- 4.1. La dimensión cultural en los negocios internacionales: el modelo de Hofstede de diferencias culturales.
- 4.2. La gestión de los recursos humanos en la empresa multinacional: expatriados versus directivos locales
- 4.3. Características específicas de la gestión de la expatriación.

5. TENDENCIAS Y RETOS EN LA DIRECCIÓN DE LA EMPRESA INTERNACIONAL

- 5.1. La internacionalización de la empresa española: características y evolución histórica
- 5.2. Los nuevos competidores globales: empresas de países emergentes
- 5.3. Retos futuros en la dirección de la empresa internacional

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula	30,00	100
Clases de teoría	15,00	100
Elaboración de trabajos individuales	20,00	0
Lecturas de material complementario	6,00	0
Preparación de actividades de evaluación	9,00	0
Preparación de clases de teoría	15,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	15,00	0
TOTAL	110,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

En el proceso de enseñanza-aprendizaje de Dirección de Empresas Internacionales se utilizarán diferentes métodos docentes. Por una parte, se continuará haciendo uso de formas didácticas expositivas para el caso de las clases teóricas, aunque se utilizarán otros métodos docentes -formas didácticas de participación- que buscan la implicación del alumno en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Este segundo tipo de métodos favorecen la interacción tanto entre el profesor y el estudiante como entre los propios estudiantes, y son adecuados para el desarrollo las competencias genéricas. La metodología será la siguiente:

- *Clases teóricas*: se hará uso, fundamentalmente, de la lección magistral para presentar los contenidos de la asignatura especificados anteriormente. Además, como los estudiantes tendrán un papel más activo en su proceso de enseñanza-aprendizaje y se les debe facilitar la autonomía en tal proceso, para cada tema dispondrán de un esquema-guía que les permitirá, a través de la consulta de la bibliografía, la construcción de sus propios materiales de estudio. Con ello se pretende desarrollar las siguientes competencias genéricas: análisis y síntesis de la información, capacidad crítica, y la capacidad de aprender y trabajar de forma autónoma.
- *Clases prácticas*: permiten poner en práctica los conocimientos adquiridos en las clases teóricas y poner de manifiesto la capacidad para trabajar en grupo y las habilidades de comunicación interpersonal. Asimismo, se pretende que estas sesiones contribuyan a mejorar la capacidad de organización y planificación del trabajo del estudiante. Normalmente, el desarrollo de las clases prácticas utilizará como método fundamental el método del caso, con la resolución, en primer lugar individual y posteriormente por grupos. También se hará uso de otras formas docentes, como el análisis y discusión de lecturas en clase o el *rol-playing*. Además, se hará uso del video para la presentación de algunas prácticas.

Con el objetivo de desarrollar algunas de las competencias genéricas y específicas establecidas anteriormente se realizará un trabajo monográfico consistente en analizar en una empresa real diferentes conceptos estudiados en la asignatura. De este modo, los estudiantes analizarán y sintetizarán información procedente de distintas fuentes -entrevistas, análisis de bases de datos, artículos de prensa, observación directa, libros, etc.-, y trabajarán la comunicación escrita -mediante la presentación de un informe escrito-. Por último, la ejecución de este trabajo favorecerá el aprendizaje autónomo, la aplicación del conocimiento de carácter teórico a situaciones prácticas y la necesaria toma de decisiones.



EVALUACIÓN

La asignatura de *Dirección de Empresas Internacionales* se evaluará a partir de la consideración de los siguientes aspectos:

Prueba de síntesis (60% de la calificación final). La principal función de las pruebas de síntesis (examen) es evaluar la consecución de los objetivos formativos. Las pruebas escritas son pruebas de ensayo restringido (preguntas de desarrollo), cuyas cuestiones pueden referirse tanto a contenidos teóricos como prácticos que relacionen diversos conceptos de la materia. Además de utilizar una o varias preguntas de desarrollo, también podrán utilizarse preguntas tipo test si el profesorado lo considera conveniente. El examen se realizará en la fecha oficial que la Facultat d'Economia habilite para ello dentro del calendario académico del curso. Será requisito necesario obtener cinco puntos sobre diez (tres sobre seis) en la prueba escrita para poder sumar la calificación obtenida en la evaluación continua, siempre que ésta se haya superado.

Evaluación continua (40% de la calificación final). En esta parte se valorará la evolución del alumnado en su adquisición de las destrezas o competencias específicas, las competencias genéricas y habilidades sociales propuestas en este programa docente. El profesorado ofrecerá información periódica, tanto individualmente como en grupo, de los avances realizados por los alumnos, así como de los puntos que deben mejorar. A lo largo del curso se solicitará a los alumnos la entrega de casos prácticos para evaluarlos que se realizarán individualmente y/o en grupo. Asimismo, se valorará la participación en las diferentes actividades propuestas por el profesorado tales como el análisis y discusión de lecturas, de noticias o de videos o, si fuera el caso, la asistencia a conferencias o seminarios. Por último, se evaluará la realización del trabajo monográfico. Para superar la evaluación continua, será requisito obtener cinco puntos sobre diez (dos sobre cuatro). Esta parte de la evaluación permite un proceso de retroalimentación tanto para el profesorado como para el alumnado.

En cumplimiento del artículo 6.9 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universitat de València, las clases prácticas son de asistencia obligatoria. Se considerará que el estudiante ha cumplido con la asistencia si ha asistido a un mínimo del 80% de las horas de estas sesiones y si ha justificado adecuadamente la imposibilidad de asistir a las sesiones restantes por causa de fuerza mayor.

La calificación final del estudiante será la resultante de la suma ponderada de las notas obtenidas en la prueba de síntesis (60% de la calificación) y en la evaluación continua (40% de la calificación), siempre y cuando se hayan superado ambas partes con una calificación de 5 sobre 10. En caso de no superar la prueba de síntesis la calificación máxima será de 4,5. Las calificaciones de las actividades de evaluación continua se consideran NO RECUPERABLES en segunda convocatoria. No obstante, el examen se ponderará igualmente por un 60% de la calificación final, y por tanto podrá superarse la asignatura si se obtienen 5 puntos sobre 6 en la prueba de síntesis (examen).

De acuerdo al artículo 28 del Reglamento de usos lingüísticos de la Universidad de Valencia (ACGUV 167/2014, de 30 de septiembre, modificado por ACGUV 146/2023) los enunciados de los exámenes y ejercicios se presentarán en la lengua en que se haya ofertado oficialmente la asignatura.

En relación al tratamiento de la información a través del uso de herramientas de Inteligencia artificial (IAG), será necesario tener en cuenta las siguientes consideraciones:



- Como norma general, no está permitido utilizar herramientas de IAG para conseguir el objetivo principal de las actividades de evaluación. El profesorado indicará explícitamente para qué tipo de actividades y bajo qué condiciones está permitido o limitado el uso de la IAG.
- En caso de que se utilice, siempre deberá incluirse una declaración de uso responsable indicando la fuente y las partes del trabajo afectadas. También se incluirá un anexo con la entrada (prompt) utilizada así como sus diferentes modificaciones y un fragmento del texto más relevante de la respuesta.

Hacer trampa en un examen, utilizar la inteligencia artificial (ej. ChatGPT) de manera fraudulenta o plagiar la obra escrita de los demás se considerarán infracciones muy graves y no se tolerarán en esta asignatura. Si un/a estudiante es sospechoso/a de haber plagiado la totalidad o parte, o es descubierto/a haciendo trampas, recibirá inmediatamente una calificación de cero puntos en dicho trabajo o examen, sin perjuicio de posibles consecuencias más serias (p.ej. suspender directamente toda la evaluación continua). Es muy importante que los/as estudiantes eviten ponerse en la posición de ser sospechosos/as de hacer trampas (por ejemplo, mirando al examen de otro/a estudiante o copiando un trabajo de otro estudiante) o realizar plagio (es decir, utilizar palabras de otra persona o de un texto o página web como si fueran las suyas propias mediante las tecnologías actuales), ya que ello puede acarrear graves consecuencias.

REFERENCIAS

Básicas

- Guillen, M.F. (2006): El auge de la empresa multinacional española. Ed. Marcial Pons, Madrid.
- Pla, J. y León, F. (2016) Dirección internacional de la empresa. Ed. McGraw Hill Education
- Daniels J., Radebaugh, L. H., and Sullivan, D. (2012): International Business: Environments and operations. Pearson, 14th Edition.

Complementarias

- Durán, J. J. (2001): Estrategia y economía de la empresa multinacional. Madrid: Pirámide.
- Welch, L., Benito, G. y Pedersen, B. (2007): Foreign Operation Methods: Theory, Análisis, Strategy. Ed. E.E.:London
- Barlett, C.A. y Ghoshal, S. (1989): La empresa sin fronteras. La solución transnacional. McGrawHill, Madrid.
- Bonache, J. y Cabrera, A. (2002): Dirección Estratégica de personas, Madrid: Prentice Hall Financial Times.
- Ghauri, P., Cateora, P. (2014): International Marketing, McGraw-Hill, England.