FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	35892
Nombre	Dirección de Empresas Internacionales
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2018 - 2019

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1314 - Grado de Negocios Internacionales/ International Business	Facultad de Economía	3	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1314 - Grado de Negocios Internacionales/ International Business	11 - Estrategia Corporativa e Internacional	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
OLTRA COMORERA, VICTOR	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'

RESUMEN

Dirección de Empresas Internacionales es una asignatura de carácter finalista e integrador que tiene como objetivo cubrir el vacío en el ámbito de la gestión de la empresa que se ha desarrollado internacionalmente.

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*. Por ello, el estudio de estas empresas se hace necesario. 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 consecuencia, la definición de la estrategia y su puesta en marcha necesariamente deben contemplar estos aspectos, además de los que le son propios a la empresa.

La asignatura de Dirección de Empresas Internacionales tiene como objeto, por tanto, **formar al alumnado en aquellos conocimientos básicos que permiten entender cómouna empresa llega a ser multinacional y cual es el funcionamiento específico de las que ya lo son**.

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 parten de una formación completa sobre el proceso de Dirección Estratégica y, por tanto, conocen 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.

En concreto, las asignaturas del GIB que resultan más importantes como conocimientos previos para el adecuado aprovechamiento de

COMPETENCIAS

1314 - Grado de Negocios Internacionales/ International Business

- Desarrollar la capacidad de evaluación y de análisis crítico de fenómenos y agentes económicos internacionales.
- Desarrollar la sensibilidad intercultural y la capacidad de adaptación a otros contextos geopolíticos.
- Tener capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares e interculturales.
- Comprender y reflexionar sobre contextos socioeconómicos y políticos que afectan a la toma de decisiones empresariales y económicas en un entorno internacional.
- Comprender la estructura y funcionamiento de las empresas y organizaciones que operan en un contexto internacional.
- Desarrollar una actitud ética en los negocios respetando los derechos humanos y el medio ambiente tanto en el país de origen como en los distintos mercados en los que se opere.
- Manejar los mecanismos de diseño, coordinación y control de la estrategia internacional de la empresa.
- Gestionar las relaciones entre las matrices de las empresas multinacionales y sus filiales.
- Ser capaz de generar ideas y detectar oportunidades de negocio en los mercados internacionales.
- Desarrollar la capacidad para la elaboración y defensa de informes que contribuyan a la toma de decisiones de agentes públicos y privados.

- Conocer los requisitos necesarios para que la empresa pueda competir en los mercados internacionales.
- Desarrollar la capacidad para trabajar en red, tanto en redes internas de la empresa como en redes ínter-empresariales.
- Conocer los distintos modos de entrada y operación en los mercados exteriores.
- Reconocer los distintos procesos de internacionalización que puede seguir una empresa.
- Conocer las características y funcionamiento de los distintos enfoques estratégicos de competencia internacional.
- Ser capaz de diseñar e implementar los mecanismos de coordinación y control de la empresa internacional.
- Conocer los distintos roles estratégicos desempeñados por las filiales exteriores y los procesos de desarrollo de éstas.
- Tener unas nociones básicas sobre el fenómeno de la expatriación.
- Conocer las principales características del proceso de internacionalización seguido por las empresas españolas.
- Mantener una actitud ética en los negocios, respetuosa con los derechos de las personas y el medio ambiente.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Tras cursar la asignatura, el estudiante deberá ser capaz de:

- Comprender el entorno global en el que evolucionan las empresas multinacionales.
- 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 las empresas españolas y de países emergentes.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La globalización de la economía.

1.1. ¿Qué es la globalización?
1.2. Factores impulsores de la globalización.
1.3. Globalización, ética y RSC en las Empresas Multinacionales.

2. La dirección estratégica en un contexto global.

2.1. Concepto y tipos de estrategia. Análisis del entorno e interno.
2.2. Factors impulsores de la estrategia internacional.
2.3. Condicionantes de la estrategia internacional: El diamante de Porter.

3. La decisión de entrada en los mercados internacionales.

3.1. La elección de los mercados: El riesgo-país.
3.2. Modos de entrada.
3.2.1. Exportación.
3.2.2. Licencias.
3.3.3. Inversión Directa en el Exterior (IDE).
3.3. Factores influyentes en la elección de los modos de entrada.
3.4. El proceso de internacionalización.

4. Estrategia y organización de la empresa multinacional.

4.1. Enfoques estratégicos internacionales.
4.2. Estructuras organizativas internacionales.
4.3. Mecanismos de coordinación y control en la empresa multinacional.

5. La gestión de filiales exteriores.

5.1. Estrategias para las filiales exteriores.
5.2. Factores determinantes de la asignación de roles para filiales.
5.3. Desarrollo de filiales: Proceso de evolución dinámica.

6. Cultura y recursos humanos en la dirección de empresas internacionales.

6.1. La cultura en la dirección de empresas internacionales .
6.2. Evaluación de diferencias culturales.
6.3. Expatriados vs. directivos del país de la filial.
6.4. El proceso de expatriación.
6.5. La expatriación en multinacionales españolas.

7. Empresas multinacionales españolas y de países emergentes.

7.1. La internacionalización de la empresa española: Perspectiva histórica.
7.2. Rasgos característicos de las multinacionales españolas.
7.3. Multinacionales de países emergentes.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula	30,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	10,00	0
Elaboración de trabajos individuales	10,00	0
Estudio y trabajo autónomo	10,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de actividades de evaluación	20,00	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	10,00	0
Resolución de casos prácticos	10,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

Semanalmente, se impartirá una sesión teórica y otra práctica, de dos horas de duración cada una, totalizando así cuatro horas semanales de clase en el aula. Los estudiantes del grupo se dividirán en dos subgrupos para las sesiones prácticas.

En las clases prácticas se desarrollarán casos prácticos, talleres, presentaciones y discusiones, etc. **Las diapositivas de las clases de teoría y las indicaciones acerca de las clases prácticas se colgarán en el aula virtual** (plataforma moodle) de la asignatura (www.aulavirtual.uv.es). Al formar parte esta asignatura de una titulación a tiempo completo, la asistencia a todas las clases es importante, siendo **obligatoria la asistencia a todas las sesiones prácticas**.

Se anima a los/as estudiantes a participar activamente en todas las clases, incluidas las sesiones de teoría. Se formarán **equipos de estudiantes** dentro de cada grupo de prácticas, como base para trabajar en importantes elementos de la vertiente práctica de la asignatura (casos prácticos, presentaciones, discusiones en clase, etc.). El profesor habilitará buzones para cada equipo en el aula virtual, donde los estudiantes deberán colgar sus trabajos dentro de los plazos establecidos.

Cuando los/as estudiantes tengan consultas, preguntas o feedback, o necesiten orientación o ayuda acerca de los trabajos de las prácticas, además de poder contactar con el profesor por correo electrónico (y si procede a través del foro del aula virtual), también pueden acudir personalmente a las tutorías (de asistencia voluntaria) ofrecidas en el despacho del profesor durante el horario de atención a los/as estudiantes.

http://www.uv.es/uvweb/departamento-direccion-empresas/es/profesores-investigadores/profesorado-personal-investigador/unidad-docente-de-1285857453170.html

EVALUACIÓN

La evaluación en esta asignatura consta de dos componentes: **evaluación continua (EC)** a lo largo del semestre, y **examen escrito** (teórico-práctico), computando cada uno de estos componentes, respectivamente, un 40% y un 60% de la calificación final. La EC incluye distintos componentes de evaluación, entre ellos al menos: participación activa en el aula, trabajos individuales y en equipo (incluyendo presentaciones) y proyecto final (incluyendo presentaciones).

En cumplimiento del artículo 6.9 del Reglamento de Evaluación y Calificación de la UV, **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.

Tanto la EC como el examen necesitan ser aprobados para poder superar la asignatura; si solo se aprueba la EC o el examen, la asignatura no puede superarse. Una nota de 5 puntos (sobre un máximo de 10) es necesaria para superar la asignatura; si se suspende el examen, la calificación final nunca excederá de 4,5 puntos.

Las notas de las actividades de EC se consideran NO RECUPERABLES en segunda convocatoria debido a que su diseño (trabajo en grupo sobre casos prácticos) impide la valoración de los resultados de aprendizaje en otras circunstancias diferentes a como fueron diseñadas.

La EC se desarrollará mediante la valoración, como mínimo, de:

• la presentación escrita y la exposición en público de informes a partir de casos prácticos y de información recopilada de distintas fuentes;

• las actitudes y aptitudes de las y los estudiantes en el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la coordinación de actividades;

• la capacidad crítica y de análisis a partir de los comentarios y debates sobre materiales audiovisuales o escritos;

• el respeto a las ideas de los demás.

Hacer trampa en un examen o plagiar la obra escrita de los demás se consideran infracciones muy graves y no se tolerarán en esta asignatura. Si un/a estudiante es sospechoso/a de haber plagiado la totalidad o parte de un trabajo, o sospechoso/a o descubierto/a haciendo trampas en un examen, 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 EC). Es muy importante que los/as estudiantes eviten ponerse en la posición de siquiera ser sospechosos/as de hacer trampas (por ejemplo, mirando al examen de otro/a estudiante o copiando un trabajo de otro/a estudiante) o plagio (es decir, utilizando las palabras de otra persona, o de un texto de un libro o página web, como las suyas propias), ya que ello puede acarrear graves consecuencias para quien lo haga.

REFERENCIAS

Básicas

- Pla, J. y León, F. (2016). Dirección Internacional de la Empresa. Madrid: McGraw Hill.
- Johnson and Turner (2003): Globalization and the changing business environment In: International Business: Themes and Issues in the modern global economy. Ed. Routledge
- Taggart and McDermott (1993) International Business Strategy, from: The essence of International Business. Ed. Prentice-Hall.
- Monye (2002): International Market Entry Strategies, from: The International Business Blueprint. Blackwell.
- Rugman and Hodgetts (2003): Organizing Strategy, from: International Business. A Strategic Management Approach. Prentice-Hall.
- Lasserre (2003): Designing a Global Organisation, from: Global Strategic Management. Prentice-Hall.
- Adler, N. J. (2002): International Dimensions of Organizational Behaviour. International Thomson Publishing (4ªEd). Cincinnati, Ohio. Chapter 1.
- Ministerio de Industria y Comercio (2008): España y sus empresas en el mundo. www.mict.es
- Guillen, M.F. (2005): The rise of the Spanish Multinationals. Cambridge University Press: New York.
- Daniels, J., Radebaugh, L.H., and Sullivan, D. (2012). International business: environments and operations. Pearson, 14th Edition.
- Beamish, P.W., Morrison, A.J., Inkpen, A.C. and Rosenzweig, P.M. (2003). International Management: Text and Cases. McGraw Hill (international edition).
- Gooderham, P.N., and Nordhaug, O. (2003). International Management: Cross-Boundary Challenges. Blackwell.
- Grant, R.M. (1991). Porters competitive advantage of nations: An assessment. Strategic Management Journal, vol. 12, no. 7, pp. 535-548.
- World Investment Report 2013. UNCTAD.

Complementarias

- Canals, J. (1994): La Internacionalización de la Empresa, Ed. McGraw Hill. Capítulo 1.
- Durán, J. J. (2001): Estrategia y economía de la empresa multinacional. Madrid: Pirámide. Capítulo 1
- 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.

- Pla, J. y León, F. (2004): La dinámica de la competencia internacional hacia la empresa transnacional. Universia Business Review, nº3, 85-101.
- Durán, J. J. (2001): Estrategia y economía de la empresa multinacional. Madrid: Pirámide. Capítulos 8 y 9.
- Bonache, J. y Cabrera, A. (2002): Dirección Estratégica de personas, Madrid: Prentice Hall Financial Times.
- Bonache, J. y Pla, J. (2002): La selección de directivos en las multinacionales: un análisis de la lógica de la teoría de la internalización, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 12: 337-353.
- Elvira, M. y Dávila, A. (2005): Cultura y Administración de Recursos Humanos en Latinoamérica. Universia Business Review, primer trimestre: 28-40.
- Birkinshaw, J. M. and Morrison, A. J.: (1995): "Configurations of Strategy and Structure in Subsidiaries of Multinational Corporations". Journal of International Business Studies, 26, pp. 729-754.
- Punnet, B.J. and Ricks, D.A. (1992). Going international: Strategic decisions, chapter 9 from: International Business. Blackwell.