FITXA IDENTIFICATIVA

Dades de l'Assignatura

Codi	35892
Nom	Direcció d'empreses internacionals
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2018 - 2019

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1314 - Grau de Negocis Internacionals/ International Business	Facultat d'Economia	3	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1314 - Grau de Negocis Internacionals/ International Business	11 - Estrategia Corporativa e Internacional	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
OLTRA COMORERA, VICTOR	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'

RESUM

Direcció d'Empreses Internacionals és una assignatura de caràcter finalista i integrador que té com a objectiu cobrir el buit en l'àmbit de la gestió de l'empresa que s'ha desenvolupat internacionalment.

Actualment, gran part de les empreses dels països avançats estan altament internacionalitzades, de forma que s'ha considerat el final del segle XX i aquest inici del XXI com *l'era de la globalització.* És per això que esdevé necessari l'estudi d'aquestes empreses. L'empresa internacional té, a més, característiques pròpies que les diferencien de la resta. El fet d'operar en diferents mercats geogràfics, on la moneda, els referents culturals, les legislacions laborals, fiscals, els clients, els competidors, etc. són distints, distingeix les empreses internacionals. És per això que la definició i l'aplicació de l'estratègia han de tenir en compte aquests aspectes, a més dels propis de l'empresa.

L'assignatura de Direcció d'Empreses Internacionals té per objecte, per tant, **formar l'alumnat en aquells coneixements bàsics que permeten entendre com un a empresa arriba a ser multinacional i quin és el funcionament específic de les que ja ho són**.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Els estudiants parteixen duna formació completa sobre el procés de Direcció Estratègica i, per tant, coneixen lempresa i les seues àrees funcionals, la seua estructura organitzativa i la seua vinculació amb l'entorn. Aquests coneixements previs són punt de referència per al desenvolupament de lassignatura, en els quals saprofundirà i sadaptaran a l'estudi de lempresa internacional.

En concret, les assignatures del GIB que resulten más importants com a coneixements previs para a l'adient aprofitamen

COMPETÈNCIES

1314 - Grau de Negocis Internacionals/ International Business

- Desenvolupar la capacitat d'avaluació i d'anàlisi crítica de fenòmens i agents econòmics internacionals.
- Desenvolupar la sensibilitat intercultural i la capacitat d'adaptació a altres contextos geopolítics.
- Tenir capacitat per treballar en equips multidisciplinaris i interculturals.
- Comprendre i reflexionar sobre contextos socioeconòmics i polítics que afecten a la presa de decisions empresarials i econòmiques en un entorn internacional.
- Comprendre l'estructura i el funcionament de les empreses i les organitzacions que operen en un context internacional.
- Desenvolupar una actitud ètica en els negocis respectant els drets humans i el medi tant al país d'origen com en els distints mercats en què s'opere.
- Manejar els mecanismes de disseny, coordinació i control de l'estratègia internacional de l'empresa.
- Gestionar les relacions entre les matrius de les empreses multinacionals i les seues filials.
- Ser capaç de generar idees i detectar oportunitats de negoci als mercats internacionals.
- Desenvolupar la capacitat per a l'elaboració i defensa d'informes que contribuïsquen a la presa de decisions d'agents públics i privats.

- Conèixer els requisits necessaris perquè l'empresa puga competir en els mercats internacionals.
- Desenvolupar la capacitat per treballar en xarxa, tant en xarxes internes de l'empresa com en xarxes interempresarials.
- Conèixer les distintes formes d'entrada i operació en els mercats exteriors.
- Reconèixer els distints processos d'internacionalització que pot seguir una empresa.
- Conèixer les característiques i el funcionament dels distints enfocaments estratègics de competència internacional.
- Ser capaç de dissenyar i d'implementar els mecanismes de coordinació i control de l'empresa internacional.
- Conèixer els distints rols estratègics exercits per les filials exteriors i els processos de desenvolupament d'aquestes.
- Tenir unes nocions bàsiques sobre el fenomen de l'expatriació.
- Conèixer les característiques principals del procés d'internacionalització seguit per les empreses espanyoles.
- Mantenir una actitud ètica en els negocis, respectuosa amb els drets de les persones i el medi.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

Després de cursar l'assignatura, s'espera que l'estudiant siga capaç de:

- Comprendre l'entorn global en el que evolucionen les empreses multinacionals.
- Analitzar els motius que porten a les empreses a internacionalitzar-se.
- Revisar les distintes teories que en justifiquen l'aparició.
- Conèixer les distintes possibilitats d'expansió i com es du a terme el procés d'internacionalització.
- Identificar les estratègies i configuracions estructurals alternatives que poden adoptar.
- Entendre la influència que la cultura dels països d'acollida pot tenir sobre les estratègies i el funcionament de les empreses.
- Introduir les distintes formes de fer negocis als diversos mercats internacionals.
- Conèixer les polítiques de recursos humans de les empreses multinacionals.
- Analitzar les característiques pròpies de la internacionalització de l'empreses espanyoles i de països emergents.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. La globalització de leconomia.

1.1. Què és la globalització?
1.2. Factors impulsors de la globalització.
1.3. Globalització, ètica i RSC a les Empreses Multinacionals.

2. La direcció estratègica en un context global.

2.1. Concepte i tipus d'estratègia. Anàlisis de l'entorn i interna.
2.2. Factors impulsors de l'estratègia internacional.
2.3. Condicionants de l'estratègia internacional: El diamant de Porter.

3. La decisió d'entrada als mercats internacionals.

3.1. Lelecció dels mercats: El risc-país.
3.2. Formes dentrada.
3.2.1. Exportació
3.2.2. Llicències.
3.2.3. Inversió Directa a l'Exterior (IDE).
3.3. Factors influents en lelecció de les formes dentrada.
3.4. El procés dinternacionalització.

4. Estratègia i organització de l'empresa multinacional.

4.1. Enfocaments estratègics internacionals.
4.2. Estructures organitzatives internacionals.
4.3. Mecanismes de coordinació i control a l'empresa multinacional.

5. La gestió de filials exteriors.

5.1. Estratègies per a les filials exteriors.
5.2. Factors determinants de lassignació de rols per a filials.
5.3. Desenvolupament de filials: Procés d'evolució dinàmica.

6. Cultura i recursos humans a la direcció dempreses internacionals.

6.1. La cultura a la direcció dempreses internacionals.
6.2. Avaluació de diferències culturals.
6.3. Expatriats vs. directius del país de la filial.
6.4. El procés d'expatriació.
6.5. L'expatriació a multinacionals espanyoles.

7. Empreses multinacionals espanyoles i de països emergents.

7.1. La internacionalització de lempresa espanyola: Perspectiva històrica.
7.2. Trets característics de les multinacionals espanyoles.
7.3. Multinacionals de països emergents.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	30,00	100
Pràctiques en aula	30,00	100
Elaboració de treballs en grup	10,00	0
Elaboració de treballs individuals	10,00	0
Estudi i treball autònom	10,00	0
Lectures de material complementari	10,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	20,00	0
Preparació de classes de teoria	10,00	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	10,00	0
Resolució de casos pràctics	10,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGIA DOCENT

Setmanalment, s'impartirà una sessió teòrica i una altra pràctica, de dues hores de durada cadascuna, totalitzant així quatre hores setmanals de classe a l'aula.

En les classes pràctiques es desenvoluparan casos pràctics, tallers, presentacions, discussions, etc. **Les diapositives de les classes de teoria i les indicacions sobre les classes pràctiques es penjaran a l'aula virtual** (plataforma moodle) de l'assignatura (www.aulavirtual.uv.es). En formar part aquesta assignatura d'una titulació a temps complet, l'assistència a totes les classes és important, i **és obligatòria l'assistència a totes les sessions pràctiques.**

Es recomana als/a les estudiants a participar activament en totes les classes, incloses les sessions de teoria. **Es formaran equips d'estudiants** dins de cada grup de pràctiques, com a base per treballar en importants elements de la vessant pràctica de l'assignatura (casos pràctics, presentacions, discussions a classe, etc.). El professor habilitarà bústies per a cada equip a l'aula virtual, on els estudiants hauran penjar els seus treballs dins dels terminis establerts.

Quan els/les estudiants tinguen consultes, preguntes o feedback, o necessiten orientació o ajuda sobre els treballs de les pràctiques, a més de poder contactar amb el professor per correu electrònic o, si s'escau, pel fòrum de l'aula virtual, aquests també poden acudir personalment a les tutories (d'assistència voluntària) ofertes en el despatx del professor durant l'horari d'atenció als a les estudiants http://www.uv.es/uvweb/departament-direccio-empreses/ca/professors-investigadors/professorat-personal-investigador/unitat-docent-de-1285857453170.html

AVALUACIÓ

L'avaluació en aquesta assignatura consta de dos components: **avaluació continuada (AC)** al llarg del semestre, i **examen escrit** (teòric-pràctic), computant cadascun d'aquests components, respectivament, un 40% i un 60% de la qualificació final. L'AC inclou diferents components d'avaluació, entre ells almenys: participació activa a l'aula, treballs individuals i en equip (incloent-hi presentacions) i projecte final (incloent-hi presentacions).

En Compliment de l'article 6.9 del Reglament d'Avaluació i calificacion de la UV, **les classes pràctiques són d'assistència obligatòria**. Es considera que l'estudiant ha complert amb l'assistència si ha assistit un mínim del 80% de les hores d'aquestes sessions i si ha justificat adequadament la impossibilitat de assistir a les sessions restants per causa de força major.

Tant l'AC com l'examen han d'aprovar-se per poder superar l'assignatura; si només s'aprova l'AC o l'examen, l'assignatura no pot superar-se. Una nota de 5 punts (sobre un màxim de 10) és necessària per superar l'assignatura; si se suspèn l'examen, la qualificació final mai no excedirà de 4,5 punts.

Les notes de les activitats d'AC es consideren NO RECUPERABLES en segona convocatòria, atès que el seu disseny (treball en grup sobre casos pràctics) impedeix l'la valoració dels resultats d'aprenentatge en altres circumstàncies diferents a com foren dissenyades.

L'AC es desenvoluparà mitjançant la valoració, com a mínim, de:
• la presentació escrita i l'exposició en públic d'informes a partir de casos pràctics i d'informació recopilada de diferents fonts;
• les actituds i aptituds de les i els estudiants en el treball en equip, la resolució de problemes i la coordinació d'activitats;
• la capacitat crítica i d'anàlisi a partir dels comentaris i debats sobre materials audiovisuals o escrits;
• el respecte a les idees dels altres.

Fer trampa en un examen o plagiar l'obra escrita dels altres es consideren infraccions molt greus i no es toleraran en aquesta assignatura. Si un/a estudiant és sospitós/a d'haver plagiat la totalitat o part d'un treball, o sospitós/a o descobert/a fent trampes en un examen, rebrà immediatament una qualificació de zero punts en aquest treball o examen, sense perjudici de possibles conseqüències més serioses (p.ex. suspendre directament tota l'AC). És molt important que els/les estudiants eviten posarse en la posició de tan sols ser sospitosos/es de fer trampes (per exemple, mirant a l'examen d'un altre estudiant o copiant un treball d'un altre estudiant) o plagi (és a dir, utilitzant les paraules d'una altra persona, o d'un text d'un llibre o pàgina web, com les seues pròpies), ja que això pot comportar greus conseqüències per a qui ho faça.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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.

Complementàries

- 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.