

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	44483
Nom	Internacionalització
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	2.5
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2	Facultat d'Economia	2	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2	5 - Creixement i supervivència de l'empresa	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
LINARES NAVARRO, ESMERALDA	105 - Direcció d'Empreses 'Juan José Renau Piqueras'

RESUM

L'assignatura Internacionalització pertany a la matèria de Creixement i supervivència i pretén aportar a l'estudiant els coneixements necessaris per a aprofundir en les decisions sobre estratègies d'internacionalització introduïdes a l'assignatura de Formulació d'estratègies.

El procés de globalització que hi ha hagut en el marc de l'economia mundial els últims anys, així com la crisi econòmica han portat moltes empreses a eixir fora de les seues fronteres geogràfiques naturals a fi de mantenir les seues posicions competitives, la qual cosa en alguns casos les ha dut a convertir-se en empreses multinacionals. Aquest fenomen ha creat nous escenaris competitius i noves realitats empresarials que requereixen l'estudi de la seua gestió.

Així doncs, l'objectiu d'aquesta assignatura és aportar als estudiants els coneixements necessaris sobre l'estratègia d'internacionalització relatiu a la seua gestió tant pel que fa al procés d'internacionalització com a les formes d'entrada en mercats estrangers, a l'estructura organitzativa i als RH d'empreses internacionals.



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

Es recomana als estudiants que abans de cursar aquesta assignatura cursen i aprofiten les assignatures (44472) Formulació deestratègies i (44473) Implementació deestratègies, el mòdul de "Management".

COMPETÈNCIES

2212 - M.U. Direcció d' Empreses. MBA 15-V.2

- Conèixer i identificar els principis d'actuació i plans directors de Responsabilitat Social de l'Empresa que permeten implantar estratègies orientades a millorar la confiança en l'empresa, les relacions amb el seu entorn, la seua imatge, la seua legitimitat i el seu prestigi social.
- Preparar, redactar i exposar en públic informes i projectes de caràcter empresarial de manera clara i coherent, defensar-los amb rigor i tolerància i respondre satisfactòriament a les crítiques sobre els mateixos.
- Buscar, seleccionar i valorar informació emanada dels diferents agents de l'entorn, a través de mètodes tradicionals i de les tecnologies de la informació i de la comunicació per a utilitzar-la de forma efectiva davant de problemes i situacions relacionades amb l'activitat empresarial.
- Prendre decisions tant individuals com col·lectives en la seua labor professional com a directiu de l'empresa.
- Integrar la dimensió internacional de l'activitat econòmica en l'estratègia empresarial.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

- Analitzar i valorar l'atractiu dels diferents mercats de cara a realitzar-hi operacions internacionals, conèixer les diferents maneres d'entrada i operació en els mercats exteriors, poder argumentar quina és la més adequada per a l'empresa donats els seus objectius, els seus recursos i capacitats i les condicions del seu entorn competitiu.
- Identificar l'enfocament estratègic de competència internacional que millor responga a les condicions de l'entorn i a la visió de l'empresa i determinar la configuració internacional d'actius que millor s'ajuste a les característiques de l'empresa i a la seua activitat en el marc de la integració – sensibilitat.
- Dissenyar l'estructura organitzativa i els mecanismes de coordinació i control que millor s'ajusten a l'estratègia internacional de l'empresa.



- Analitzar i valorar la conveniència d'utilitzar directius locals o estrangers en les filials exteriors.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. La internacionalització de l'empresa: motius i condicions

2. El procés d'internacionalització de l'empresa

3. Formes d'entrada en els mercats internacionals

4. Enfocaments estratègics de competència internacional

5. Estructura organitzativa i direcció de RH en l'empresa internacional

6. Responsabilitat social de l'empresa internacional

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	15,00	100
Tutories reglades	10,00	100
TOTAL	25,00	

METODOLOGIA DOCENT

Aquesta assignatura s'estructura en quatre sessions. La majoria de sessions tindran caràcter teoricopràctic. D'una banda, les sessions seran expositives i s'ajustaran a un model lectiu fomentant la participació de l'estudiant (classe magistral participativa). Així mateix, es podran utilitzar altres metodologies com la classe inversa (*Flipped Teaching*), que requereixen que l'alumne prepare prèviament els continguts de cadascuna de les sessions a partir de les referències bibliogràfiques recomanades i dels materials subministrats amb antelació pels professors. En l'aula es tractaran qüestions més pràctiques amb la finalitat d'aplicar els coneixements teòrics i resoldre els dubtes. Les activitats que es realitzaran seran diverses: discussió d'articles o lectures, anàlisi i resolució de casos pràctics, debats, informes, cerca i anàlisi d'informació, exposició oral.



AVALUACIÓ

Aquesta assignatura s'avaluarà mitjançant tècniques diverses (l'observació, presentacions orals i treballs acadèmics) a partir de les activitats realitzades, que han de permetre mesurar l'abast de tots els resultats d'aprenentatge. S'avaluarà la capacitat de l'estudiant en el desenvolupament de les competències esmentades.

El sistema d'avaluació està ponderat de la forma següent:

1. Avaluació continua (exercicis, casos i participació a classe): 50% de la nota final
2. Treball final en equip: 50% de la nota final

La qualificació final serà la resultant de la suma ponderada de les notes obtingudes al treball final i l'avaluació continua sempre i quan s'haja superat el treball final.

En cas de no superar el treball final, es podrà recuperar aquest en la segona convocatòria.

Les activitats d'Avaluació Continua de caràcter individual seràn recuperables. En canvi, les activitats d'Avaluació Continua de caràcter grupal no tindran aquesta opció, al no ser possible dissenyar una prova en el marc de la segona convocatòria que siga capaç de reflectir i valorar els objectius per als quals estan pensades eixes activitats.

Si algun estudiant no poguera assistir a alguna sessió per causa justificada, haurà de posar-se en contacte amb el professorat abans de la sessió per poder establir un procés d'avaluació alternatiu.

El plagiat està severament penalitzat. L'evidència de còpia per un estudiant de qualsevol treball individual o col·lectiu implicarà el suspens automàtic de l'assignatura.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Hollensen, S. (2016): Global Marketing. 7th. edition. Pearson.
- Pla, J. y León, F (2016): Dirección Internacional de la Empresa. Mc Graw Hill.

Complementàries



- Bradley, F. y Calderón, H. (2005): Marketing Internacional. Pearson
- Buckley, P.T. and Ghauri, P.N. (2015): International Business Strategy: Theory and Practice. Routledge.
- Morschett, D.; Schramm-Klei, H. and Zentes, J. (2015): Strategic International Management: Text and Cases. Springer Gabler.3rd edition.

