



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: Gestión Internacional de la Empresa (6 ECTS) - Optativa

GRADO: Administración y Dirección de Empresas

CURSO: 4º

CUATRIMESTRE: 2º

PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA

SE- MA- NA	SE- SIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (Marcar X)		Indicar espacio necesario distinto aula (aula inform, audiovisual etc..)	TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
			GRAN- DE	PE- QUE- ÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESEN- CIALES	HORAS TRABJO Semana Máximo 7 H
1	1	Introducción a la asignatura. Estructura del programa. Bibliografía recomendada. Desarrollo de los trabajos de grupo y metodología de clases	X			Revisar la bibliografía de la asignatura. Leer materiales de referencia para la próxima sesión sobre globalización.	1,5	
1	2	Parte I. Tema 1. Globalización de Mercados e internacionalización: Factores determinantes. 2. Análisis de flujos de exportación e importación y flujos de inversión directa		X		Leer materiales de referencia. Tema 1 del libro de Marketing Internacional sobre globalización de mercados y estudio de la lectura (1) sobre globalización e internacionalización.	1,5	
2	3	Sesión práctica: Visionado de video sobre internacionalización empresarial. Análisis y DISCUSIÓN. Lectura sobre internacionalización empresarial	X			Desarrollo de práctica individual de preguntas sobre el vídeo: preguntas de análisis sobre factores de globalización de mercados.	1,5	
2	4	Parte I Los países emergentes en el siglo XXI: Brics y otros Tendencias en nuevos canales: el comercio electrónico. Ventajas y motivaciones para la internacionalización empresarial		X		Leer área de la bibliografía básica sobre ventajas y motivaciones para la internacionalización empresarial. Formalización de grupos de trabajo (máximo 5 alumnos por grupo) Lectura de documentos sobre países emergentes/Brics	1,5	
3	5	El entorno internacional de los negocios. Análisis Macro, Demográfico y Micro	X			Leer y preparar capítulo del libro sobre entorno económico y demográfico	1,5	
3	6	Sesión Práctica: Case study. Análisis de caso. Se enviará previamente al aula virtual en un documento pdf.		X		Leer y preparar el análisis del caso. Práctica individual. Selección de proyectos a realizar por los grupos de trabajo y asignación de temas a tratar y días de exposición.	1,5	
4	7	El análisis del entorno sociocultural. Análisis de minicases de empresas y experiencias de internacionalización en entornos con diferencias culturales	X			Leer y estudiar el capítulo de entorno cultural en la bibliografía básica.	1,5	

4	8	Sesión práctica: Caso de variables culturales y decisiones empresariales. Negociación cultural en un sector específico.		X		Presentación por parte de dos grupos de trabajo de una parte de su proyecto de curso centrado en la parte cultural: análisis de la gestión cultural de un sector concreto en un país específico.	1,5
5	9	Análisis de entorno legal. Documentos para la exportación. Documentos de cobro y pago en los mercados internacionales. Los incoterms en el mercado internacional	X			Leer el capítulo de entorno legal de la bibliografía básica y los documentos en pdf sobre los incotmers del 2010, documentos de cobro y pago y documentos para la exportación (documentos en pdf)	1,5
5	10	Sesión práctica: Visionado del vídeo de incoterms y análisis de las barreras neoproteccionistas y diferencias legales que afectan a la internacionalización de la empresa.		X		Presentación por dos grupos de trabajo del área legal y las barreras legales y problemática legal en relación a su sector de análisis o empresa.	1,5
6	11	Análisis político: Riesgo país y riesgo político. Modelos de análisis. Coberturas de riesgos políticos.	X			Leer el capítulo del entorno político de la bibliografía básica	1,5
6	12	Sesión Práctica: Visionado de vídeos sobre riesgo país y análisis del entorno político aplicado a los casos y sectores de estudio desarrollado por los grupos de trabajo.		X		Presentación por dos grupos de trabajo de un análisis de riesgo político y riesgo país en un país/sector específico y en un país/empresa-negocio específico.	1,5
7	13	El Análisis competitivo y la investigación de mercado exteriores.	X			Leer capítulos de la bibliografía básica sobre análisis competitivo e Investigación de mercados en el exterior: Estructura de un estudio de mercado exterior	1,5
7	14	Sesión práctica: Visionado de un estudio de mercado del Vino en México y presentación de un análisis competitivo para dos casos de empresa		X		Presentación de dos grupos de trabajo del análisis competitivo a nivel internacional en su sector de actividad: tanto global (general), como para algún mercado específico.	1,5
8	15	Lunes Festivo. Clase teórica sobre Decisiones Estrategias de internacionalización y Plan de Internacionalización Empresarial, se resumirá en la sesión práctica el miércoles. Sesión 16				Leer Tema general de Estrategias de internacionalización empresarial de la bibliografía básica	1,5
8	16	Sesión teórico-práctica. Resumen de la parte teórica sobre estrategias y plan de internacionalización y presentación de casos de sector y empresa por los grupos de trabajo.		X		Presentación de dos grupos de trabajo sobre la selección de mercados para sus respectivas empresas y/o sectores de análisis. Especificación de los mercados estratégicos a medio y largo plazo en su sector de actividad.	1,5
9	17	Festivo el lunes. La clase teórica sobre La Selección de mercados exteriores: Análisis de mercados, metodologías de selección: potencial y atractivo de los mercados exteriores se resumirá, en una primera fase, en la sesión práctica del miércoles.				Leer el capítulo de la bibliografía básica sobre selección de mercados exteriores.	1,5
9	18	Sesión práctica. Resumen y estructura de la teoría de selección de mercados. Análisis de algunos mini casos de referencia. Proyectos de grupo sobre la selección de mercados.		X		Presentación de un grupo de trabajo sobre el área de selección de mercados y mercados estratégicos a futuro para su sector de actividad. Presentación de un grupo de trabajo sobre formas de entrada internacional para el caso de su empresa.	1,5
10	19	Segunda parte sobre el desarrollo teórico de Selección de mercados estratégicos para la internacionalización e introducción y desarrollo teórico sobre las formas de entrada en mercados internacionales.	X			Leer y profundizar en los dos capítulos de la bibliografía básica sobre formas de entrada en mercados exteriores.	1,5
10	20	Sesión práctica: Aplicación de la teoría sobre formas de entrada a dos casos		X		Presentación de dos grupos de trabajo del análisis de formas de	1,5

		práctico: sectoriales y empresariales				entrada desarrollados por sus respectivas empresas y análisis críticos de los mismos aplicado a los principales mercados objeto de estudio.		
11	21	El Plan de marketing internacional. Marketing Mix: Políticas de producto y marca	X			Lectura sobre capítulo de la bibliografía básica centrado en la política de producto y marca.	1,5	
11	22	Sesión práctica: Presentación de proyectos en el aula aplicados al marketing mix de la empresa en los mercados y/o mercado seleccionado.		X		Presentación en grupos de la parte de marketing mix del plan de marketing. Focalizado principalmente en decisiones de producto y marca	1,5	
12	23	Marketing Mix: Políticas internacionales de Distribución y precios. Retail internacional. Globalización del retail. El Retail Globalization Index de A.T. Kearney. Estrategias de precios a nivel internacional. Es escandallo de precios.	X			Leer los capítulos de la bibliografía básica sobre distribución y precios. Lectura del informe de A.T.Kearney sobre el índice de globalización en el retail.	1,5	
12	24	Sesión Práctica: presentación de proyectos focalizados en la parte del marketing mix de la empresa		X		Presentación de dos grupos, tanto de empresa como de sector, para el análisis de los canales de distribución internacional, problemática de la fijación de precios a nivel internacional (legislación, precios de mercados paralelos, etc.).	1,5	
13	25	Marketing Mix: Comunicación internacional. Web, comunicación online, ferias internacionales, promociones y publicidad convencional; y posicionamiento internacional de la empresa	X			Leer el capítulo teórico en la bibliografía básica sobre políticas de comunicación para la internacionalización	1,5	
13	26	Sesión práctica: Trabajo y presentación de proyectos focalizados en decisiones de comunicación y posicionamiento internacional		X		Presentación en grupos de campañas de comunicación, ferias y demás mix de promoción desarrollado por su empresas en la esfera internacional	1,5	
14	27	Estructuras organizativas para la internacionalización y la gestión de expatriados	X			Leer la parte teórica de la bibliografía básica sobre estructuras organizacionales para la internacionalización y el capítulo sobre la gestión de expatriados.	1,5	
14	28	Presentación global de un plan de internacionalización sectorial y/o empresarial		X		Presentaciones por parte de los grupos de trabajo de sus trabajos completos a nivel sectorial/empresarial, cubriendo todo el plan de internacionalización.	1,5	
SUBTOTAL							42	+ 68 = 110
15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc						
16-18		Preparación de evaluación y evaluación					3	
TOTAL							150	