



Gestión Internacional
de la Empresa /
International
management company

**Grado en Economía y
Negocios Internacionales**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Gestión Internacional de la Empresa / International Management company

Titulación: Grado en Economía y Negocios Internacionales

Carácter: Obligatoria

Idioma: Inglés / Castellano

Modalidad: Presencial /a distancia

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 1º

Profesores / Equipo Docente: Olga Butenko y Geoffrey Ditta.

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

CB1.- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales

CG4: Dominar la terminología económica y empresarial, y utilizarla en los contextos apropiados.

CG6: Ser capaz de adaptarse a nuevas situaciones.

CG7: Identificar los elementos relevantes para la toma de decisiones.

CG8: Aplicar los conocimientos en la práctica, obteniendo resultados que conduzcan a la resolución de problemas, de manera específica en el ámbito de la economía y los negocios internacionales.

CG11: Participar activamente en equipos interdisciplinarios e internacionales.

Competencias específicas

CE5: Evaluar las consecuencias de distintas alternativas de acción, y seleccionar las mejores dados los objetivos.

CE7: Integrarse en la gestión empresarial, comprendiendo las variables que inciden en los negocios y las transacciones internacionales.

CE14: Recibir y transmitir información sobre aspectos económicos y de la gestión internacional de empresas en lengua inglesa.

CE24: Interpretar y entender la información empresarial relevante, situarla en contexto, y la utilizarla en los negocios internacionales.

CE30: Analizar y evaluar la situación económica del comercio y los negocios internacionales y sus diferentes alternativas, para la toma de decisiones en oportunidades de negocios internacionales

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Conocer las características específicas de la gestión empresarial internacional.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura introduce al alumno en el contexto de la empresa multinacional como evolución de la empresa doméstica. Una vez entendido este proceso de transformación global de la empresa, se profundizará en la afectación de todas las variables que componen la estructura empresarial. A continuación, se estudiará una selección de modelos de multinacionales de diferentes regiones como son: el modelo americano, el modelo japonés (Keiretsus), el modelo coreano (Chaebols), el modelo europeo y el caso de España.

This course introduces the student in the context of the multinational company as development of domestic business. Once understood this process of global transformation of the company, will deepen the involvement of all the variables that make up the business structure. Below is a selection of multinational study models of different regions such as: the American model, the Japanese model (keiretsu), Korean model (chaebols), the European model and the case of Spain.

2.3. Contenido detallado

1. El proceso genérico tradicional de internacionalización

Concepto, modelos y actividades del proceso de internacionalización

El objetivo de la internacionalización: razones y ventajas; riesgos y dificultades

Etapas del proceso de internacionalización

Modelos de empresas internacionalizadas

Secuencia de internacionalización por bloques

Clasificación genérica de países ante el fenómeno de la internacionalización

2. Estrategia Internacional

Alternativas estratégicas para la internacionalización de la empresa

Marco conceptual para el desarrollo de estrategias de internacionalización

Secuencia de la planificación estratégica en el proceso de internacionalización

Concreción de estrategias de desarrollo internacional

Factores de competitividad internacional y la marca país

Identificación y apertura de nuevos países y modelos de subsidiarias

3. El modelo americano

Antecedentes y desarrollo

Análisis de las diferentes variables

4. El modelo japonés. Los Keiretsus

Antecedentes y desarrollo
Análisis de las diferentes variables
Los keiretsus y el Kaizen

5. El modelo coreano. Los Chaebols

Antecedentes y desarrollo. Los planes quinquenales de desarrollo
Análisis de las diferentes variables
Los chaebols

6. Reflexiones sobre Europa y el caso español

Antecedentes y desarrollo
Consideraciones sobre las diferentes variables
La subsidiaria norteamericana en las multinacionales europeas
Antecedentes españoles de país y características de la población
Posicionamiento tradicional de España ante las multinacionales
El siglo XXI y las multinacionales españolas

7. El entorno del siglo XXI

La tipología del cliente y la sociedad del “bajo coste”
Empresas globales en mercado global
El proceso de transformación de las multinacionales
De la empresa tradicional a la empresa global y a la empresa virtual

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Análisis de una empresa local que tenga la posibilidad de ampliarse a mercados internacionales. Divididos en grupos, los alumnos realizarán durante el curso un trabajo obligatorio consistente en el análisis y planteamiento estratégico de ampliación internacional de dicha empresa.

2.5. Actividades formativas

Tipo de actividad modalidad presencial	Horas	Presencialidad %
AF1 Clase Magistral/ Fundamentos Teóricos	45	100%
AF2 Caso Práctico	9	100%
AF3 Tutoría	9	100%
AF4 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	18	0%
AF5 Actividades a través de recursos virtuales	6	50%
AF6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	6	0%
AF7 Estudio individual	57	0%

Tipo de actividad modalidad a distancia	Horas	Presencialidad %
AF8 Clase Magistral a distancia	12	50%
AF9 Caso práctico a distancia	12	0%
AF5 Actividades a través de recursos virtuales	48	0%
AF6 Acceso e investigación sobre contenidos complementarios	18	0%
AF7 Estudio individual	24	0%
AF10 Tutoría a distancia	12	100%
AF11 Trabajos o ejercicios de los estudiantes	24	50%

Metodologías docentes:

Presencial y a distancia:

MD1	Método expositivo / Clase magistral
MD2	Resolución de ejercicios y problemas
MD3	Método del caso
MD4	Realización de trabajos

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	10%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y actividades tutorizadas	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2021). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. Pearson educación.

Hill, C.W.L. (2021). *Negocios Internacionales*, 13ª Edición. Mc Graw-Hill.

Koontz, G., Weihrich H., Cannice M. (2019). *Essentials of Management. An International, Innovation and Leadership Perspective*, 11th Edition. McGraw Hill.

Bibliografía recomendada

Álvarez R, Bravo-Ortega C, Zahler A (2015). Innovation and productivity in services: evidence from Chile. *Emerging Markets Finance and Trade*, 51, 593-611. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2015.1026696>

Aragón-Sánchez, A., & Sánchez-Marín, G. (2005). Strategic Orientation, Management Characteristics, and Performance: A Study of Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management*, 43(3), 287-308. [https://doi: 10.1111/j.1540-627X.2005.00138.x](https://doi:10.1111/j.1540-627X.2005.00138.x)

Bianchini S, Pellegrino G, Tamagni, F (2016). Innovation strategies and firm growth: new longitudinal evidence from Spanish firms. *LEM Working Paper*, Sant'Anna School of Advanced Studies, Pisa, Italy <https://doi:10.13140/RG.2.1.1222.6329>

Herrera, J. J. D. (2001). *Estrategia y economía de la empresa multinacional*. Centro internacional Carlos V.

Haltiwanger J, Jarmin RS, Kulick R, Miranda J (2016). *High growth young firms: contribution to job, output, and productivity growth, Measuring Entrepreneurial Businesses: Current Knowledge and Challenges*, University of Chicago Press. <https://www.nber.org/books-and-chapters/measuring-entrepreneurial-businesses-current-knowledge-and-challenges/high-growth-young-firms-contribution-job-output-and-productivity-growth>

Manta, O. (2020). Nothing for us without us. Measures applied at European level during the current crisis. *Journal for Freedom of Conscience*, 2(58), 13-15. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6354204>

Segaro, E. (2010). Internationalization of Family SMEs: The Impact of Ownership, Governance, and Top Management Team. *Journal of Management and Governance*, 14(1), 1-23. <https://doi.org/10.1007/s10997-010-9145-2>