

## MASTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (MBA)

**Plan: 2009**

<b>Nombre de asignatura:</b> INTERNACIONALIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA MULTINACIONAL		<b>Código:</b> 600203
<b>Materia:</b> 2.1 Organización de empresas	<b>Módulo:</b> 2. Empresa	<b>Carácter:</b> (Optativo)
<b>Créditos ECTS:</b> 3.0	<b>Presenciales:</b>	<b>No presenciales:</b>
<b>Duración:</b> (trimestral)	<b>Trimestre:</b> (4)	<b>Idioma en el que se imparte:</b>
<p><b>Profesor:</b></p> <p>Coordinadora: María Ángeles Montoro Sánchez. Organización de Empresas y Marketing. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. mamontor@ucm.es</p>		
<p><b>Breve descriptor:</b></p> <p>INTERNACIONALIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE LA EMPRESA MULTINACIONAL se centra en el estudio del proceso de internacionalización de las empresas.</p> <p>En nuestros días la Internacionalización se ha convertido en una necesidad para las empresas, incluso las que tienen éxito en los mercados nacionales. Esto afecta tanto a las grandes como a las pequeñas, ya que el reducido tamaño de las mismas ha dejado de ser una limitación para competir en el exterior. Incluso algunas empresas desde su nacimiento se conciben para los mercados internacionales.</p> <p>El alumno adquirirá los conocimientos suficientes para analizar los procesos de internacionalización en la empresa y de esta forma podrá proponer y llevar a cabo diferentes formas de entrada en los mercados internacionales.</p>		
<p><b>Requisitos:</b></p> <p>Los de admisión al Master.</p> <p>Se considera aconsejable que el alumno debe tener conocimientos básicos de Administración de Empresas</p>		

**Objetivos:**

- Capacitar al alumno en la búsqueda de información relevante para la toma de decisiones sobre la internacionalización de empresas.
- Potenciar la capacidad de análisis de los procesos de internacionalización de las empresas.
- Desarrollar actividades online en el contexto de la internacionalización de empresas.
- Desarrollo de las destrezas del uso del correo electrónico como medio de trabajo para las actividades formativas y en el futuro profesionales.

**Competencias o destrezas que se van a adquirir:**

- Generales:

CG1: Capacidad para resolver problemas.

CG2: Capacidad de análisis y síntesis.

CG3: Capacidad de organización y planificación.

CG4: Capacidad de comunicación y trabajo en equipo.

- Transversales:

CT1: Capacidad de búsqueda de información e investigación.

CT4: Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.

CT5: Usar tecnologías de la información y las telecomunicaciones.

- Específicas:

CE2: Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.

CE3: Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.

CE4: Derivar de los datos información económica relevante.

CE5: Redactar proyectos en el ámbito de internacionalización de empresas

**Contenidos temáticos:**

Los contenidos de **Internacionalización y Dirección de la Empresa Multinacional** se centran en el estudio de proceso de internacionalización de las empresas. Con una perspectiva de Dirección General se dotará a los alumnos con los conocimientos y habilidades suficientes para abordar: La globalización del entorno empresarial. El Proceso de Internacionalización de la Empresa. Las dimensiones de la estrategia multinacional de la empresa. Análisis de las fuentes de ventaja competitivas a nivel internacional. Formas de entrada en mercados internacionales. Problemas específicos de la dirección de la empresa multinacional: dirección, organización y control. Internacionalización de la empresa española.

<b>Actividades docentes</b>	<b>(% aproximado respecto del total de créditos)</b>
<b>Clases teóricas</b>	<b>20</b>
<b>Discusión de casos</b>	<b>15</b>
<b>Seminarios</b>	<b>5</b>
<b>Tutorías personalizadas o en grupo</b>	<b>5</b>
<b>Actividades de evaluación</b>	<b>5</b>
<b>Elaboración de trabajos individuales o en grupo</b>	<b>25</b>
<b>Horas de estudio</b>	<b>25</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

### **Tipo de evaluación:**

El sistema de evaluación está coordinado para todas las asignaturas de la materia. En cada asignatura se llevará a cabo un proceso de evaluación continua, que tendrá en consideración:

a) la participación activa en clase, b) la calificación de las soluciones a los casos discutidos en clase, c) la calificación de un trabajo realizado en grupo, d) la realización de un examen final.

Estas actividades se valorarán del siguiente modo:

Participación activa en el aula: 15% de la calificación final.

Resolución de casos y/o ejercicios: 20% de la calificación final.

Realización y presentación de trabajos: 15% de la calificación final.

Examen final: 50% de la calificación final.

Sistema de calificación: Se calificará según el RD 1125/2003, de 5 de septiembre, de la siguiente forma:

Calificación en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0-4,9: Suspenso (SS)

5,0-6,9: Aprobado (AP)

7,0-8,9: Notable (NT)

9,0-10,0: Sobresaliente (SB)

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

**Bibliografía básica:**

- Buckley, P.J.; Ghauri, P.N. (Eds.) (2015). International Business Strategy. Routledge.
- Cantwell, J.; Narula, R. (2014). International Business and the Eclectic Paradigm. Routledge.
- Casson, M. (2018). The multinational enterprise: theory and history. Edward Elgar, Cheltenham.
- Casson, M. (2016) The theory of international business: economic models and methods. Palgrave Macmillan.
- Cavusgil, S.T.; Knight, G.; Riesenberger, J.R. (2013). A Framework for International Business, Pearson-Prentice-Hall.
- Cuervo-Cazurra A. (Ed). 2018. State-Owned Multinationals: Governments in Global Business. Cham, Switzerland: Palgrave MacMillan
- Duran Herrera, J.J. (2005). La empresa multinacional española. Estrategias y ventajas competitivas. Minerva Ediciones, Madrid.
- Fatehi, K.; Choi, J. (2019). International Business Management. Succeeding in a Culturally Diverse World. Springer.
- Ghemawat, P. (2008). Redefiniendo la globalización. La Importancia de las diferencias en un mundo globalizado, Ediciones Deusto, Barcelona
- Guillen, M.; Garcia-Canal E. (2011). Las Nuevas Multinacionales. Las Empresas Españolas en el Mundo. Ariel. Barcelona.
- Información Comercial Española (2015). Internacionalización de la inversión y la empresa, nº 887.
- Ministerio de Industria y Comercio (2008): España y sus empresas en el mundo. [www.mict.es](http://www.mict.es).
- Pla Barber, J.; Camps Torres, J.; Madhok, A.; (2009). "País trampolín" y "Filial trampolín": una nueva perspectiva en la internacionalización hacia Latinoamérica. Globalización, Competitividad, y Gobernabilidad, vol. 3, nº 2, pp. 16-28.
- Pla Barber, J.; León Darder, F. (2016). Dirección de Empresas Internacionales. McGraw Hill, Madrid.
- Schmid, S. (Ed.) (2018). Internationalization of Business Cases on Strategy Formulation and Implementation. Springer.
- Verveke, A. (2013). International Business Strategy: Rethinking the foundations of global corporate success. Cambridge University Press, Second Edition (última impresión 2015).

## Web de gran interés:

- Doing Business
- European Union
- Iberglobal
- Ices (pasaporte al exterior)
- International Monetary Fund
- Organization for Economic Cooperation and Development
- Real Instituto Elcano
- UNCTAD
- United Nations
- World Bank
- World Economic Forum