DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Módulo:	EMPRESA Y GLOBALIZACIÓN		
Identificador:	32590		
Titulación:	MASTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS (MBA). PLAN 2015 (E)		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Créditos:	6	**Horas totales:**	150
Actividades Presenciales:	60	**Trabajo Autónomo:**	90
Profesor:		**Correo electrónico:**	

PRESENTACIÓN:

El objetivo del módulo es analizar y proponer estrategias desde el punto de vista global e internacional de la empresa.

Concretamente teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- La organizaciones internacionales y el mapa geopolítico para entender como las decisiones de los Países o de los organismos afectan a la economía global, al comercio y por lo tanto a la estrategia de las empresas.

- Comprender la estructura de los mecados internacionales, las organizaciones internacionales que operan en ellos y las diferencias culturales entre las mismas, incluyendo las aspectos necesarios para realizar negocios con otras culturas.

- Profundizar en las técnicas y las herramientas tanto de marketing, finanzas y operaciones internacionales en contraste con las empleadas con los mercados nacionales

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de liderazgo para poder influir sobre un colectivo con el fin de que este alcance unos determinados objetivos de forma conjunta y eficiente.
	G02	Capacidad innovadora para proponer y encontrar formas nuevas y eficaces de realizar cualquier tarea y/ o función dentro de su entorno profesional.
	G03	Capacidad de trabajar en equipos multidisciplinares para conseguir metas comunes, anteponiendo los intereses colectivos a los personales.
	G05	Capacidad de visualizar las tendencias del medio con una actitud positiva y optimista y orientar su conducta a la consecución de metas.
	G06	Capacidad para analizar y resolver los problemas o imprevistos complejos que puedan surgir durante la actividad profesional dentro de cualquier tipo de organización socio-económica.
	G08	Capacidad de desenvolverse en un entorno multicultural y/ o internacional, relacionándose con personas de distintas nacionalidades, idiomas y culturas.
Competencias Específicas de la titulación	E01	Capacidad para entender los efectos económicos de la globalización y las interrelaciones entre empresas y economías.
	E02	Capacidad para dominar las claves de las grandes áreas económicas mundiales, para convertirlas en ventajas competitivas para la empresa.
	E03	Capacidad para comprender el concepto de estrategia en la empresa y la utilidad del análisis estratégico, sectorial y empresarial.
	E08	Capacidad para asumir la importancia de un enfoque de orientación al cliente como ventaja competitiva.
	E10	Capacidad para comprender la importancia de la comunicación e imagen corporativa en la toma de decisiones por parte del cliente.
	E11	Capacidad para entender la importancia del aprovisionamiento y los sistemas de producción como clave en la gestión productiva y financiera de la empresa.
	E12	Capacidad para analizar la importancia de los sistemas de información, la logística de las operaciones y los sistemas integrados, tanto en productos como en servicios.
	E19	Capacidad para actuar según los principios de la ética empresarial y comprensión del concepto de responsabilidad social corporativa como finalidad de la actuación empresarial y su impacto en la sociedad a través del plan estratégico de la organización y su ejecución.
	E20	Capacidad para aplicar procedimientos creativos en el ámbito de la planificación estratégica del negocio y de la gestión empresarial, valorando los riesgos y los resultados estimados.
	E21	Capacidad para interpretar las variables geopolíticas y económicas que afectan al proceso de

		internacionalización y expansión global de las empresas
	E22	Capacidad para desarrollar las estrategias de crecimiento internacional de las empresas considerando la repercusión en los diferentes departamentos afectados.
Resultados de Aprendizaje	R01	Analizar las decisiones de los principales Organismos internacionales que afectan a las empresas con implantación en el internacional y valorar su repercusión en las decisiones de expansión
	R02	Interpretar los flujos comerciales relevantes según las áreas globales de planeta y los principales sectores de actividad.
	R03	Identificar los mercados internacionales estratégicos, las distintas estructuras organizativas globales, multilocales o multinacionales y valorar las alternativas de exportación.
	R04	Conocer las principales características culturales diferenciales en las formas de hacer negocios en las principales regiones geográficas y sus posibilidades. Repercusiones diferentes según productos, sectores y países.
	R05	Diferenciar las principales cuestiones relativas a la financiación, comercialización y distribución internacional de los productos en comparación con las técnicas aplicadas en la venta nacional.
	R06	Planificar planes de internacionalización de las empresas según el producto, la oportunidad de negocio y la región de expansión.

REQUISITOS PREVIOS:

Para sacar el máximo provecho de este módulo es necesario conocer y dominar los conceptos básicos de los módulos anteriores ya que se les dará un caracter internacional a los mismos.

Así mismo se tratarán temas multiculturales, complejos de entender si no se han experimentado por lo que se requiere una capacidad de abstracción y de aceptación de otras maneras y formas que no son como loas nuestras.

Finalmente, aunque todo el material estará disponible en español, es posible que referencias o material básico esté en inglés por lo que un conocimiento básico puede ser de ayuda pero no es imprescindible.

El manejo de la PDU y de las diferentes herramientas de búsqueda y de trabajo se presupone

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - Estructura geopolítica mundial
1.1 - Estructura geopolítica mundial
1.2 - Nuevas tendencias de globalización
1.3 - Nuevos factores de competitividad internaciona
1.4 - Efecto en empresas, salarios, horario de trabajo y mercado laboral
2 - Internacionalización
2.1 - Estrategias de internacionalización
2.2 - Como compiten los Países: Macroeconomía, Microeconomía y Políticas
2.3 - Alianzas estratégicas internacionales
2.4 - Operaciones de Internacionalización
3 - Estructuras organizativas internacionales
3.1 - Las multinacionales
3.2 - Recursos Humanos internacionales
3.3 - La negociación internacional
3.4 - La tecnología en las globalización
4 - Logística Internacional
4.1 - Introducción a la logística y su globalización
4.2 - Logística externa
4.3 - Logística Internacional
4.4 - Logística inversa y medioambiental
4.5 - Tendencias en la logística global
5 - Casos prácticos de estrategia empresarial internacional
5.1 - Análisis y definición de la estrategia

5.2 - Ejecución de la estrategia

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Con el objetivo de un aprovechamiento óptimo de las calses, para que el participante pueda concoer y manejar los conceptos teóricos, que se le mostrarán en clase, se van a desarrollar las siguientes metodologías:

1) Clases magistrales: El profesor expondrá la parte teórica de la asignatura, se recomienda a los participantes la lectura previa de los textos, con anterioridad a las sesiones, para lo cual serán colgados en la P.D.U.

2) Participación en clase: El profesor planteará cuestiones a debatir de diverso índole así y como problemas o ejercicios a resolver. Estos generalmente no tendrán una única solución matemática sino un análsis que puede llevar a varias alternativas. La búsqueda de la misma se realizará mediante un debate moderado por el profesor. Se prima no la cantidad de intervenciones sino la calidad del contenido de las mismas

3) Resolución de ejercicios y supuestos: El profesor planteará ejercicios a trabajar en clase bien individualmente o en grupo. Es importante el debate interno en los grupos para aprovechar mejor los ejercicios o bien la reflexión personal. El buen aprovechamiento de los mismos se fundamenta en salir de la zona de respuestas estándar o cómodas a las cuestiones, planteando alternativas diferentes bien argumentadas

4) Caso fin de modulo: El caso fin de módulo es una excelente oportunidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos. En este módulo se incentivará el poder trabajar el caso en clase con el apoyo de los profesores para un mayor aprovechamiento

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	10
	Otras actividades teóricas	10
	Casos prácticos	5
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	5
	Debates	5
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	5
	Proyección de películas, documentales etc.	5
	Talleres	5
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	5
	Actividades de evaluación	5
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	15
	Estudio individual	10
	Preparación de trabajos individuales	15
	Preparación de trabajos en equipo	15
	Realización de proyectos	10
	Tareas de investigación y búsqueda de información	5
	Lecturas obligatorias	3
	Lectura libre	2
	Otras actividades de trabajo autónomo	5
	Defensas orales	10
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Prueba final:	60	%
Supuestos prácticos:	20	%
Trabajos escritos:	20	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

•GHEMAWAT, P. Semiglobalization HBS Press (2008)
KOTLER, P. Marketing Management. Ed Prentice Hall (1995)
THOMSON, A (2006): Strategy. Wining in the Market Place. Mc Graw Hill. New York USA
Llamazares O. Negociación Internacional Estrategias y Casos, Pirámide (2014)
Daniels, Radebaugh, Sullivan. Negocios Internacionales, Pearson (2013)
Julio Juan Anaya Tejero.Logística Integral ; La gestión operativa de la empresa. (ESIC)
Díaz, A. “Realidades y Tendencias en la Logística Global”. Boletín de Estudios Económicos Deusto
Estampe, D. and Tsapi. V. “European Logistics Management : The major trends”. Logistique
Stock, J. and Lambert, M. Strategic Logistic Management. Irwin Press, Ill.
Banco Mundial, 2015, Nuevos factores de geopolítica mundial
Fondo Monetario Internacional, Situación económica mundial, octubre 2015

Bibliografía recomendada:

BRADLEY F. “Marketing Internacional” Ed, Prentice Hall 2005
CZINKUTA M. “Marketing Internacional”. Ed. Prentice Hall 2002
MARIJUAN L. “Alianzas estratégicas: consorcios, UTE’s, joint ventures y otras formas de AE”. Ed Esic(2013)
Jean-Pierre Jeanet, Managing with a global Mindset, Pearson (2000)
Gareth R. Jones, Teoría Organizacional, Pearson 2013
Piero Morosini, Managing Cultural Differences, Pergamon 2001
Taylor, D. “Global Cases in Logistics and Supply Chain Management”. Thomson Press
Estrategia Logística de España; ‘Ministerio de Fomento
Memorándum del Sector del Transporte y la Logística en España; CEOE y Consejo del Transporte y la Logística.
Observatorio del Transporte y la Logística en España. Ministerio de Fomento
Informe bbva 2015

Páginas web recomendadas:

Central European Bank	•http://www.ecb.int/stats/exchange/eurofxref/html/eurofxref-graph-usd.en.html
Eurostat	•http://epp.eurostat.ec.europa.eu/
World Facts	•https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html
Corruption Index	•http://www.transparency.org
Macroeconomical data	•http://www.nationmaster.com
World Trade organization	•http://www.wto.org/indexsp.htm
Dry Baltic Index, CRB Reuters	•http://www.investmenttools.com/
IMF forecast	•http://www.imf.org
ICEX	http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,,5280449_5310100_5310307_0,00.html

World competitiveness	•http://www.weforum.org/
Networks Readiness Index	•http://www.weforum.org/pdf/gitr/2012/Rankings.pdf
Human development Index	•http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2012/_ES_Summary.pdf
World Bank	•http://www.bancomundial.org/
woframalpha	•http://www.wolframalpha.com/
Gapminder	•http://www.gapminder.org/
World Health Organisation	http://www.who.int/research/en
Tariff number follow up	•http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/datasetPreviewFormIFpubli.htm?datacat_id=IF
Graph statistical	http://www.indexmundi.com
World Population	http://www.un.org/esa/population/publications/wpp2008/wpp2008_text_tables.pdf
Sloan Mit Review	http://sloanreview.mit.edu/
Ministerio de Fomento	http://www.fomento.gob.es
Adid	http://www.adif.es
Instituto Marítimo Español	http://www.ime.es/
IATA	http://www.iata.org/
Trafico marítimo	http://www.marinetraffic.com/es/

* Guía Docente sujeta a modificaciones