



CURSO ACADÉMICO 2023/2024

DOCENTE: David Martínez Alonso

TÍTULO DE LA MATERIA: Internacionalización de las Empresas

Nº DE HORAS: 30

- **Presenciales en el aula:** 24
- **Presenciales fuera del aula:** 6 (en función a disponibilidad para hacer actividades (3))

DESCRIPCIÓN GENERAL

Ayudar a los alumnos a desarrollar un plan de internacionalización de una empresa. De manera que puedan ver la importancia de:

- Los factores culturales del país seleccionado
- Las necesidades de identificar un producto/servicio y un cliente en base a un adecuado modelo de negocio
- Ver como se aplica la gestión de empresas en el ámbito internacional.

OBJETIVOS

- Ver cómo afecta la geopolítica y la geoeconómica al mundo actual.
- Conocer la aplicación de las herramientas económicas a un entorno internacional.
- Aprender a desenvolverse en el mundo internacional de los negocios.
- Facilitar al alumno un plan de actuación internacional con un producto/servicio.
- Que el alumno amplíe sus conceptos de la economía y empresa a un mundo internacional y actual.

COMPETENCIAS

- Conocer el entorno del mercado internacional para las empresas.
- Realizar un plan de negocio internacional.
- Aprender prácticas de negociación internacional.
- Conocer el posible efecto internacional y de la economía global en la empresa.
- Aplicar los conocimientos de empresa en un entorno internacional.

CONTENIDOS

1. Introducción a la internacionalización empresarial.
2. Metodología para el análisis de los países de destino (factores externos e internos)
3. Identificación de un producto/servicio y del cliente objetivo.
4. Plan de comercialización internacional.

METODOLOGÍA DOCENTE

Las clases se desarrollarán de una manera práctica, para que el alumnado pueda sacar el mayor rendimiento a su asistencia a las mismas.

El planteamiento será que para cada alumno se le dará a elegir entre un país y un producto /servicio que quiera vender o comercializar en dicho país.

Las clases se irán desarrollando en base a la materia a tratar y el caso práctico que cada alumno está ejecutando.

El proceso de clases es el siguiente:

1. Explicación teórica.
2. Repaso interactivo con los alumnos.
3. Pequeña evaluación sobre la materia y los temas presentados.
4. Refuerzo en los aspectos que no están del todo consolidados.

Todos estos factores con la intervención y presentación del grado de avance del trabajo de cada alumno, de manera que el resto de alumnos se retroalimenten del plan de negocio desarrollado por el resto de alumnos.

El contenido y la metodología se adaptarán al nivel y las necesidades del conjunto de los alumnos.

ACTIVIDADES FUERA DEL AULA (descripción y temporalización)

3 actividades de 2 horas.

Programar 2 visitas a empresas que tengan internacionalización de sus productos.

1 visita a un centro vinculado con la internacionalización empresarial. (TECNOPOLE, Puerto pesquero de Vigo,...)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y RECURSOS

Bibliografía

- "Políticas de marketing internacional". Luisa María Carpintero Viejo. (Ed. Paraninfo)
- "Tratamiento y análisis de la información de mercados". Varios autores (Ed. Paraninfo)
- "Entorno en información de mercados". Pilar Caballero Sánchez de Puerta (Ed. Paraninfo)
- "Investigación y recogida de información de mercados". Pilar Caballero Sánchez de Puerta (Ed. Paraninfo)
- "Internacionalización: claves y buenas prácticas. Bases conceptuales y buenas prácticas". Economistas, consejo general.



- “El pequeño libro de la negociación”. Alejandro Hernández. (Ed. Alienta).

Recursos

- Vídeos.
- Información en Internet.
- Documentación práctica sobre la materia. (Casos de empresas)