



UNIVERSIDAD DE CORDOBA

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN
COMERCIO EXTERIOR E
INTERNACIONALIZACIÓN DE
EMPRESAS**

CURSO 2024/25

**MODELOS DE
INTERNACIONALIZACIÓN DE
EMPRESAS**



Datos de la asignatura

Denominación: MODELOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS**Código:** 103112**Plan de estudios:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMERCIO EXTERIOR E
INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS**Curso:** 1**Créditos ECTS:** 4.0**Horas de trabajo presencial:** 30**Porcentaje de presencialidad:** 30.0%**Horas de trabajo no presencial:** 70**Plataforma virtual:** <https://moodle.uco.es/>

Profesor coordinador

Nombre: FUENTES GARCIA, FERNANDO JOSE**Departamento:** ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA**Ubicación del despacho:** Planta primera Facultad de Derecho y CCEE EE**E-Mail:** fernando.fuentes@uco.es**Teléfono:** 957212688

Breve descripción de los contenidos

Con esta asignatura el alumno podrá:

- Conocer las opciones estratégicas en el proceso de internacionalización.
- Análisis del detalle del proceso lógico de diagnóstico, análisis externo e interno, planificación de actividades, instrumentos de apoyo a la internacionalización.
- Conocer casos reales de empresas internacionalizadas

Conocimientos previos necesarios

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

No existen.

Recomendaciones

Recomendable tener nociones de dirección de empresas, culturas y economía.

Programa de la asignatura

1. Contenidos teóricos

- Conceptos y razones internas y externas de internacionalización
- Competencia internacional y factores de globalización de mercados
- La decisión de entrada en mercados extranjeros
- Diagnóstico y estrategia de internacionalización
- Instrumentos de apoyo a la internacionalización
- Licitaciones multilaterales
- Filiales exteriores
- Subcontratación
- Licencia y franquicia
- Alianzas estratégicas

2. Contenidos prácticos

Casos prácticos relacionados con la formación teórica.

Bibliografía

Bibliografía básica

ARTEAGA ORTIZ, J.-coord. (2023), Manual de Internacionalización, ICEX, Madrid, 980 pp.

EXTENDA(2012) , Manual de comercio internacional, Extenda, Sevilla, 585 pp. - disponible en el moodle de la asignatura.

Bibliografía complementaria

ARIAS RANEDO, Antonio J., 2008, Guía de Internacionalización de la empresa cordobesa, Ed. Diputación de

Córdoba-Consortio Provincial de Desarrollo Económico, Córdoba, 747 pp.

DURAN, Juan José, 2001, Estrategia y economía de la empresa multinacional, Ed. Pirámide, Madrid, 621 pp.

GIRALDEZ PIDAL, Elena, 2002, La internacionalización de las empresas españolas en América Latina, CES,

Madrid, 239 pp.

GUISADO TATO, Manuel, 2002, Internacionalización de la empresa. Estrategias de entrada en Mercados

Extranjeros, Pirámide, Madrid, 411 pp.

JEREZ RIESCO, J.L. y GARCIA MENDOZA, A. (2010) Marketing internacional, Ed. ESIC, Madrid, 293 pp.

LLAMAZARES GARCÍA-LOMAS, O.(2018) Negociación internacional, Ed.Global Marketing, Madrid, 247 pp.

MARTIN ROJO, I. y GASPAR GONZALEZ, Ana Isabel, 2007, Crecimiento e internacionalización de empresas, Ed.

Síntesis, Madrid, 215 pp.

PLA BARBER, José y LEON DARDER, Fidel, 2004, Dirección de empresas internacionales, Ed. Pearson-Alhambra,

Madrid, 384 pp.

PORTER, M.E. (1988) "La competencia en las industrias globales", Información Comercial Española, nº 658, pp. 71-100.

Metodología

Actividades presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de exposición de contenidos elaborados</i>	20
<i>Actividades de expresión escrita</i>	4
<i>Actividades de procesamiento de la información</i>	4
<i>Actividades de salidas al entorno</i>	2
Total horas:	30

Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de procesamiento de la información</i>	40
<i>Actividades de resolución de ejercicios y problemas</i>	30
Total horas:	70

Resultados del proceso de aprendizaje

Conocimientos, competencias y habilidades

- CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio,
- CB8 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios,
- CE1 Conocer en profundidad el funcionamiento del comercio internacional; analizar ventajas y fuerzas competitivas
- CE2 Conocer los instrumentos de apoyo a la internacionalización de actividades empresariales.
- CE3 Analizar oportunidades y riesgos de las transacciones internacionales.
- CE4 Conocer y valorar los instrumentos más adecuados utilizados en el comercio internacional.

- CE5 Asumir decisiones conociendo las múltiples problemáticas tanto de la comercialización como de la realización de actividad
- CE6 Abordar desde una perspectiva metodológica actual y rigurosa cuestiones novedosas relacionadas con el objeto material del Máster
- CGE1 Que sean capaces de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social o cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.
- CGE3 Demostrar una comprensión sistemática de las implicaciones de la internacionalización y el dominio de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.
- CGE4 Demostrar la capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación con seriedad académica.
- CGE5 Saber comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto, con la sociedad en su conjunto y con los profesionales del ámbito empresarial.
- CGE8 Fomentar en los estudiantes la actitud emprendedora.

Métodos e instrumentos de evaluación

Instrumentos	Porcentaje
Examen	60%
Lista de control de asistencia	10%
Medios de ejecución práctica	30%

Periodo de validez de las calificaciones parciales:

Validez hasta el curso posterior

Aclaraciones:

Necesario superar la nota de 5 en cada instrumento de evaluación.

Compromiso ético: El plagio o copia de materiales ajenos sin citar autor en las entregas de casos de los alumnos se penalizará con suspenso automático.

Objetivos de desarrollo sostenible

Trabajo decente y crecimiento económico
Producción y consumo responsables
Paz, justicia e instituciones sólidas
Alianzas para lograr los objetivos

Otro profesorado

Nombre: SÁNCHEZ CAÑIZARES, SANDRA MARÍA

Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA

Ubicación del despacho: Planta primera Facultad de Derecho y CCEE EE

E-Mail: td1sacas@uco.es

Teléfono: 957218819

Nombre: TRILLO HOLGADO, MARÍA AMALIA

Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA

Ubicación del despacho: Campus de Rabanales

E-Mail: td1trhom@uco.es

Teléfono: 957212116

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente responderán a los principios de igualdad y no discriminación y deberán ser adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.

El estudiantado deberá ser informado de los riesgos y las medidas que les afectan, en especial las que puedan tener consecuencias graves o muy graves (artículo 6 de la Política de Seguridad, Salud y Bienestar; BOUCO 23-02-23).
