



Estrategia empresarial
internacional
**Master universitario en
internacionalización de
empresas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Estrategia empresarial internacional / International business strategy

Titulación: Master universitario en internacionalización de empresas

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano e inglés

Modalidad: Presencial y distancia

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: David Cohen / Olga Butenko.

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

- CB6 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- 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
- CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Competencias generales

- CG2 Ser capaz de comprender nuevos problemas planteados y aplicar las soluciones más adecuadas dentro de un contexto empresarial de ámbito nacional y/o internacional.
- CG7 El alumno será capaz de desarrollar actividades empresariales y personales dentro de los comportamientos éticos y de responsabilidad social y medioambiental.
- CG9 El alumno será capaz de integrar las herramientas tecnológicas básicas y la comunicación necesaria para desarrollar correctamente su aprendizaje.

Competencias específicas

- CE2 Capacidad para elegir y aplicar el procedimiento adecuado a la consecución de un objetivo empresarial.
- CE5 Capacidad de liderazgo del proceso de diseño de la estrategia internacional.
- CE13 Capacidad para gestionar un proyecto de internacionalización empresarial y asumir responsabilidades directivas.

1.2 Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Conocer y comprender la definición de los objetivos, políticas y estrategias para el futuro de la empresa en el contexto internacional,
- Comprender los procesos de seguimiento y control.
- Conocer y entender la metodología coherente y eficaz para una adecuada formulación, implantación y desarrollo de las estrategias empresariales en un entorno internacional
- Conocer y entender las fases de diagnóstico, evaluación y elección estratégica
- Entender las diferentes opciones estratégicas, para afrontar la solución de diferentes problemas estratégicos, en distintos entornos competitivos
- Conocer las tendencias internacionales: la internacionalización como estrategia, las alianzas estratégicas, la dirección de empresas internacionales y el análisis estratégico internacional

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Contenido detallado

Contenidos

-LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

- El proceso de internacionalización: Aproximaciones empresariales a la internacionalización. Procesos decisorios en la internacionalización. Distintos modelos de entrada a los mercados internacionales. Las empresas multinacionales y la economía internacional
- Las empresas multinacionales: Análisis Económico de las Empresas multinacionales. Los determinantes de la actividad internacional. Factores de éxito en las empresas multinacionales
- Las inversiones extranjeras: Las inversiones extranjeras directas. Teoría Económica del Paradigma ecléctico. Estrategias Brownfield and Greenfield

-LAS CAPACIDADES ESTRATÉGICAS DE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES

- La globalización, teoría y práctica: Aproximaciones de la globalización. La globalización de los mercados. Teorías Japonesas de internacionalización
- Desarrollo de Habilidades Estratégicas. Estrategias de empresas multinacionales. Análisis del entorno y la implementación de las estrategias. Escenarios de competencia internacional
- Entorno de Negocios Internacionales y Economías de transición: La evolución de las organizaciones multinacionales en la transformación económica de las naciones. Construcción de alianzas estratégicas

-GESTIONANDO EMPRESAS MULTINACIONALES

- Desarrollo de la coordinación y control estratégico: Configuración de estrategias y estructura de las empresas subsidiarias. Gestión del conocimiento en empresas multinacionales. La innovación en las subsidiarias extranjeras
- Estrategias para el mercado español: Alternativas del mercado Español, ir global o multinacional. Experiencias exitosas del mercado español en el mundo

-THE STRATEGY OF INTERNATIONALIZATION OF THE COMPANY.

- The internationalization process: Business approaches to internationalization. Decision-making processes in internationalization. Different models of entry to international markets. Multinational companies and the international economy
- Multinational companies: Economic Analysis of Multinational Companies. The determinants of international activity. Success factors in multinational companies
- Foreign investments: Foreign direct investments. Economic Theory of the Eclectic Paradigm. Brownfield and Greenfield Strategies

-THE STRATEGIC CAPABILITIES OF MULTINATIONAL COMPANIES

- Globalization, theory and practice: Approaches to globalization. The globalization of markets. Japanese theories of internationalization
- Development of Strategic Skills. Strategies of multinational companies. Analysis of the environment and the implementation of the strategies. Scenarios of international competition
- International Business Environment and Transition Economies: The evolution of multinational organizations in the economic transformation of nations. Building strategic alliances

-MANAGING MULTINATIONAL COMPANIES

- Development of strategic coordination and control: Configuration of strategies and structure of subsidiary companies. Knowledge management in multinational companies. Innovation in foreign subsidiaries
- Strategies for the Spanish market: Alternatives of the Spanish market: global or multinational. Successful experiences of the Spanish market in the world

2.3. Actividades Dirigidas

Durante el curso académico, los estudiantes tendrán que completar un cierto número de actividades dirigidas, individuales o en grupo.

El objetivo de estas Actividades Dirigidas es familiarizar al estudiante con la naturaleza aplicada de los conceptos discutidos en el aula, de forma que pueda apreciar el uso de la teoría para el análisis de situaciones de la vida real.

Cada profesor propondrá a lo largo del curso las Actividades Dirigidas que mejor se adecuen al curso, siempre con un mínimo de dos.

2.5. Actividades formativas

Modalidad Presencial:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1 Clase magistral	45	100%
AF4 Tutorías	10	80%
AF6 Clases prácticas. Seminarios y talleres.	20	100%
AF7 Prácticas	10	100%
AF9 Estudio individual y trabajo autónomo	29	0%
A10 Trabajos individuales o en grupo de los estudiantes	10	0%
A13 Actividades a través de los recursos virtuales	20	0%
A14 Evaluación	6	100%
TOTAL	150	

Modalidad a distancia:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF2 Clases asíncronas	60	0%
AF4 Tutorías	10	0%
AF9 Estudio individual y trabajo autónomo	19	0%

A12 Trabajos individuales de los estudiantes	20	0%
A13 Actividades a través de los recursos virtuales	20	0%
A14 Evaluación	6	100%
A15 Estudio, comprensión y evaluación de la materia	15	0%
TOTAL	150	

Metodologías docentes:

Presencial y a distancia:

MD1	Método expositivo / Clase magistral
MD2	Resolución de ejercicios y problemas
MD3	Estudio de casos
MD5	Aprendizaje orientado a proyectos
MD10	Aprendizaje cooperativo

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será el siguiente:

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” se podrá otorgar a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola “Matrícula de Honor”.

3.2. Criterios de evaluación

Modalidad Presencial

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación en clase	25%	25%
SE2. Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	25%	25%
SE4. Prueba final individual	50%	50%

presencial		
------------	--	--

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2. Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	25%	25%
SE4. Prueba final individual presencial	75%	75%

Modalidad Distancia

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación en clase	20%	20%
SE2. Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	20%	20%
SE4. Prueba final individual presencial	60%	60%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2. Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	25%	25%
SE4. Prueba final individual presencial	75%	75%

La superación de cualquier asignatura está supeditada a aprobar las pruebas finales individuales presenciales correspondientes.

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.

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

1. Colombelli A, Haned N, Le Ba (2013) On firm growth and innovation: some new empirical perspectives using French cis (1992–2004). *Structural Change and Economic Dynamics*, 26: 14–26
 2. Crespi G, Zuniga P (2012) Innovation and productivity: evidence from six Latin American countries. *World Development* 40(2): 273–290
 3. Edler J, Cunningham P, Gök A, Shapira P (2013). Impacts of Innovation Policy: Synthesis and Conclusion. Nesta Working Paper No. 13/21
 4. Falk M (2012) Quantile estimates of the impact of R&D intensity on firm performance. *Small Business Economics* 39(1):19–37
 5. Gadenne D, and Sharma B (2009) An Investigation of the Hard and Soft Quality Management Factors of Australian SMEs and their Association with Firm Performance. *International Journal Quality Reliability Management* 26(9): 865–880
 6. Hall BH, Mairesse J (2006) Empirical studies of innovation in the knowledge-driven economy. *Economics of Innovation and New Technology* 15(5): 289–299
 7. Jeronimo TB, Medeiros D.D (2012) The Mature of Strategic Business of Small and Medium-Sized High - Tech. *International Journal of Business, Humanities and Technology* 2 (5): August 2012
 8. Mazzucato M, Parris S (2015) High-growth firms in changing competitive environments: the US pharmaceutical industry (1963 to 2002). *Small Business Economics* 44(1): 145–170.
 9. Nieto MJ, Santamaria L (2010) Technological Collaboration: Bridging the Innovation Gap between Small and Large Firms. *Journal of Small Business Management* 48(1): 44–69
 10. Oyedijo A (2012) Competitive strategy orientations of small and medium business owners and their performance impacts: The case of paint manufacturing SMEs in South-Western Nigeria. *Journal of Asian Business Strategy* 2(1): pp. 1–8
 11. Petricevic O, Teece DJ (2019) The structural reshaping of globalization: Implications for strategic sectors, profiting from innovation, and the multinational enterprise. *J Int Bus Stud* 50: 1487–1512. doi:10.1057/s41267-019-00269-x
 12. Teece DJ (2007) Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Micro foundations of Sustainable Enterprise Performance, *Strategic. Management Journal* 28(13): 1267–1369
 13. Terziovski M (2011) Innovation Practice and Its Performance Implication in Small and Medium Enterprises (SMEs in the Manufacturing Sector: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 31(8): 892–902
 14. Vivarelli M (2014) Innovation, employment and skills in advanced and developing countries: a survey of economic literature. *Journal of Economic Issues* 48(1): 123–154
-

