

<b>1.- ASIGNATURA</b>	
1.1.- MATERIA (ÁREA DE CONOCIMIENTO)	<b>Marketing general y estratégico</b>
1.2.- DENOMINACIÓN	<b>Introducción a la internacionalización de empresas</b>
<b>2.- PROFESOR/A (S)</b>	Beatriz Iñarritu Ibarreche
<b>3.- CARACTERÍSTICAS</b>	
3.1.- CARÁCTER	Obligatoria
3.2.- EXTENSIÓN (créditos)	6
3.3.- CURSO	Segundo
3.4.- CUATRIMESTRE	Segundo
<b>4.- COMPETENCIAS GENERALES</b>	<b>CG5</b> Utilizar las Tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito del estudio y en el contexto profesional, a nivel de usuario, para permitir el acceso a fuentes de información, como medio de comunicación, relación y almacenamiento de información, como herramienta de aprendizaje e investigación, etc.
	<b>CG6</b> Ser capaz de buscar, seleccionar y gestionar información por distintos medios.
<b>5.- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>	<b>CE15</b> Ser capaz de elaborar estrategias para el desarrollo de mercados.
<b>6.- CONTENIDOS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><u>LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qué es la internacionalización de la actividad empresarial: conceptos clave, tipologías de internacionalización</li> <li>• Razones, Ventajas y Estímulos de la internacionalización, Retos</li> <li>• Barreras y dificultades a la internacionalización – El proteccionismo económico actual</li> <li>• Errores frecuentes</li> <li>• Empresas internacionalizadas</li> </ul> </li> <li><u>PANORAMA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN: estadísticas clave, variables macroeconómicas, evolución reciente</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>Comercio Exterior de España           <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO - informes mensuales</i></li> <li>• <i>CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA - base de datos de estadísticas</i></li> </ul> </li> <li>Comercio Exterior de la UE y de España           <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>COMISIÓN EUROPEA (EUROSTAT) - informes mensuales</i></li> <li>• <i>COM – EUROSTAT - base de datos- International Trade in goods /services</i></li> <li>• <i>COM – DG TRADE - Partners – Countries and Regions</i></li> </ul> </li> <li>Comercio Exterior MUNDO, UE y España           <ul style="list-style-type: none"> <li>• OMC– World Trade Statistical Review</li> <li>• OMC–Perfiles Comerciales (Trade Profiles)</li> <li>• CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (CIA) – base de datos (Countries – Economy)</li> </ul> </li> </ol> </li> <li><u>LA UNIÓN EUROPEA: Mercado Único, Política Comercial Común, Unión Aduanera, Unión Monetaria</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unión Europea y Unión Monetaria: Conceptos clave</li> <li>• La Unión Aduanera (julio de 1968)</li> <li>• El Mercado Único (diciembre 1992)</li> <li>• La Unión Monetaria (enero 1999)</li> <li>• CONCLUSIONES: el comercio intra-UE</li> </ul> </li> </ol>

<b>7. METODOLOGÍA</b>	<p>Sesiones magistrales:exposición de conceptos teóricos básicos</p> <p>Exposición de ejemplos y casos prácticos de empresas internacionalizadas</p> <p>Seguimiento de la actualidad económica en relación al comercio internacional</p> <p>Actividades grupales y Trabajo individual: El estudiante amplía los conceptos y temas tratados en clase con otras fuentes de información de manera individual y/o en equipo</p> <p>Presentación en clase de trabajos en equipo</p>							
<b>8.- RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</b>	<p>Conocer y manejar las diversas fórmulas estratégicas de internacionalización de empresas distinguiendo la oportunidad de cada una de ellas.</p>							
<b>9.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>Criterio</b>		<b>Competencias</b>		<b>Valor (%)</b>			
	Examen final		CE15		50 %			
	Actividades grupales (presentaciones de trabajos)		CG5, CG6		40 %			
	Actitud, asistencia y participación (en su caso, trabajos individuales)		CG5, CG6, CE15		10 %			
	<b>Observaciones generales</b>							
	<p>- Para ser evaluable en la convocatoria ordinaria será requisito imprescindible haber participado, al menos, en el 85% de las sesiones presenciales.</p> <p>- Para superar la primera convocatoria será requisito imprescindible obtener en la prueba final una puntuación igual o superior a 5 sobre 10.</p>							
<b>Observaciones convocatoria extraordinaria</b>								
<p>- Será requisito imprescindible aprobar un nuevo examen final extraordinario</p> <p>- Se tendrá en cuenta la evaluación obtenida en las actividades grupales realizadas durante el curso para, en su caso, mejorar la calificación (50% examen final extraordinario, 50% actividades grupales)</p> <p>- De manera excepcional podrían desarrollarse trabajos individuales para mejorar la calificación</p>								
<b>10.- BIBLIOGRAFÍA</b>	<p>- Webs y vídeos de empresas internacionalizadas</p> <p>- Comercio Exterior español: Aduanas (Agencia Tributaria) y -Secretaría de Estado de Comercio (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo)</p> <p>- UE, Comisión Europea, DG Comercio, EUROSTAT</p> <p>- Organización Mundial del Comercio, OMC</p> <p>- CIA, WorldFactbook</p>							
<b>11.- DISTRIBUCIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>Criterio</b>		<b>Ene.</b>	<b>Feb.</b>	<b>Mar.</b>	<b>Abr.</b>	<b>May.</b>	<b>Total</b>
	Examen final						50%	50%
	Trabajos grupales			5%	15%	5%	15%	40%
	Actitud, asistencia y participación		10%					10%
	<b>Total</b>							<b>100%</b>