

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

	<ul style="list-style-type: none"> • La Unión Monetaria (enero 1999) • CONCLUSIONES: el comercio intra-UE 							
7. METODOLOGÍA	<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>							
8.- RESULTADOS DEL APRENDIZAJE	Conocer y manejar las diversas fórmulas estratégicas de internacionalización de empresas distinguiendo la oportunidad de cada una de ellas.							
9.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Criterio		Competencias		Valor (%)			
	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 %			
	Observaciones generales							
	<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>							
Observaciones convocatoria extraordinaria								
<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>								
10.- BIBLIOGRAFÍA	<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>							
11.- DISTRIBUCIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Criterio	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Total	
	Examen final					50%	50%	
	Trabajos grupales		5%	15%	5%	15%	40%	
	Actitud, asistencia y participación	10%						10%
	Total							100%