

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2024/2025

Identificación y características de la asignatura			
Código ¹	401150	Créditos ECTS	5,85
Denominación (español)	Estrategia de Negocios Internacionales		
Denominación (inglés)	International Business Strategy		
Titulaciones ²	MASTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN ECONOMÍA, GESTIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL		
Centro ³	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Semestre	2º	Carácter	Obligatorio
Módulo	Obligatorio		
Materia	ESTRATEGIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES		
Profesorado			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Tomás M. Bañegil Palacios	44	tbanegil@unex.es	
Área de conocimiento	Organización de Empresas		
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología		
Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno)			
Competencias			
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 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.			
CG2: Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas en entornos de incertidumbre dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares),			

en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional (<i>apartado 3.3 del Anexo I del Real Decreto 1393/2007</i>).
CG3: Capacidad 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 en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional (<i>apartado 3.3 del Anexo I del Real Decreto 1393/2007</i>).
CG4: Comprensión de la bibliografía científica en su campo de estudio.
CG9: Capacidad de derivar de los datos información relevante imposible de reconocer para no expertos en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional.
CT1: Comunicación oral y escrita en la lengua nativa.
CT2: Capacidad para leer y comunicarse en más de un idioma, en especial en inglés, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.
CT3: Capacidad para comunicar con fluidez en entornos diversos, trabajar en equipo y adaptarse a nuevas situaciones, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.
CT4: Capacidad para trabajar en equipo.
CE5: Capacidad de comprender y analizar, en entornos de incertidumbre y contextos más amplios, la dinámica del marketing internacional y sus aspectos estratégicos, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.
CE8: Capacidad de evaluar consecuencias de distintas alternativas de acción en el ámbito de la gestión económica internacional y de seleccionar razonadamente alternativas consideradas mejores, dados los objetivos, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.
CE9: Capacidad para emitir informes analíticos sobre situaciones concretas de la gestión empresarial, de la economía y del comercio internacional o de sectores de los mismos, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.
CE10: Capacidad para analizar críticamente el diseño y la gestión de proyectos económicos internacionales, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.
Contenidos⁶
Breve descripción del contenido
<p>Esta asignatura parte de la aplicación general del método científico a las ciencias sociales, y en particular, su desarrollo a partir de una revisión exhaustiva de los diferentes enfoques, paradigmas y programas de investigación científica existentes en el ámbito de la Economía y Organización, Dirección y Administración de Empresas.</p> <p>En concreto se proporcionarán conocimientos sobre las siguientes líneas de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los procesos de Internacionalización de las Organizaciones desde una perspectiva estratégica - La investigación en la gestión de la internacionalización

- La investigación en emprendimiento a nivel internacional
- Estrategias de internacionalización en el contexto del paradigma de la digitalización, la economía circular y la sostenibilidad.

A nivel práctico, en todos los aspectos anteriormente mencionados, se presentan las diferentes líneas de investigación que se desarrollan en la actualidad en la comunidad científica.

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: INTRODUCCIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Contenidos teóricos del tema 1: Globalización; Internacionalización para diferentes tipos de organizaciones; Objetivos y beneficios de la internacionalización; Principales Agentes y negociación; Economía Circular.

Metodología para los contenidos teóricos: Clase magistral, presentación de transparencias, videos y lecturas.

Contenidos prácticos del tema 1: Casos prácticos.

Metodología para los contenidos prácticos: Exploración, Análisis, y Discusión.

Denominación del tema 2: FUNDAMENTOS CONCEPTUALES Y METODOLÓGICOS EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Contenidos teóricos del tema 2: Toma de decisiones, planificación estratégica, implementación estratégica y control.

Metodología para los contenidos teóricos: Clase magistral, presentación de transparencias, videos y lecturas.

Contenidos prácticos del tema 2: Casos prácticos referidos a las estrategias seguidas por distintas empresas españolas para internacionalizarse.

Metodología para los contenidos prácticos: Exploración, Análisis, y Discusión.

Denominación del tema 3: ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

Contenidos teóricos del tema 3: El Entorno Internacional; Enfoques y Modelos de Internacionalización; Impulsores y Factores del éxito del Rendimiento Exportador; Estrategias de la Internacionalización; Estructuras y Cultura Internacional.

Metodología para los contenidos teóricos: Clase magistral, presentaciones visuales y lectura comprensiva de artículos científicos seleccionados.

Contenidos prácticos del tema 3: Casos prácticos considerados casos de éxito, referidos a las estrategias seguidas por distintas empresas españolas e internacionales para acometer la internacionalización.

Metodología para los contenidos prácticos: Exploración, Análisis, y Discusión.

Denominación del tema 4: **ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONAL**

Contenidos teóricos del tema 4: Por qué y para qué sirve realizar un “Export Business Plan”; Tipos de Planes; Estructura de un Plan de Negocios Internacional; Metodología de Investigación de Mercados Extranjeros, Selección de Mercados y Formas de Crear una Marca Internacional.

Metodología para los contenidos teóricos: Clase magistral, presentaciones visuales y lectura comprensiva de artículos científicos seleccionados.

Contenidos prácticos del tema 4: Casos prácticos considerados casos de éxito, referidos a las estrategias seguidas por distintas empresas españolas e internacionales para acometer la internacionalización.

Metodología para los contenidos prácticos: Exploración, Análisis, y Discusión.

Actividades formativas⁴

Horas de trabajo del estudiante por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total		GG	CH	L	O		
1 Teoría	15	4						15
1 Práctica	15	4						15
2 Teoría	15	3						15
2 Práctica	15	3						15
3 Teoría	15	4						15
3 Práctica	15	4						15
4 Teoría	15	4						15
4 Práctica	15	4						15
Evaluación⁵								
TOTAL		150	30					120

GG: Grupo Grande (85 estudiantes).

CH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)

L: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes)

O: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (20 estudiantes)

S: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 estudiantes).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes

Metodología: Se procederá a la explicación de los contenidos teóricos en grupo grande con presentación magistral. Se facilitará la participación del alumnado, tanto

individualmente como en grupo, dando paso al debate sobre aspectos relacionados con el tema que se esté tratando.

Practica: Presentación y discusión de las diferentes líneas de investigación a que da origen el tema.

Resultados de aprendizaje

Adquisición de los conocimientos básicos necesarios para investigar en alguna de las líneas de investigación vinculadas al tema, así como estar en condiciones para analizar de manera crítica y creativa el problema de la internacionalización y sus procesos.

Sistemas de evaluación

EVALUACIÓN CONTINUA:

Se realizará un examen escrito que consistirá en varias preguntas a desarrollar de la materia impartida en clase, para la comprobación de la adquisición de los conocimientos teórico-prácticos adquiridos. Se valorará con un 60% del total de la evaluación.

Adicionalmente, se realizará y presentará en clase un trabajo de investigación sobre una de las materias impartidas en la asignatura. Se valorará con un 25% del total la realización del trabajo y con un 15% adicional su presentación, teniendo en cuenta el tiempo empleado, la tecnología, la forma de expresión, etc.

EVALUACIÓN GLOBAL:

Valoración de un examen escrito: 100%

Bibliografía (básica y complementaria)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

García Trius, A. (2016). Guía documental para exportar e importar. Los 12 documentos clave. Marge Books.

García, G. (2014). Estrategias de internacionalización de la empresa. Ediciones Pirámide.

LLamazares García-Lomas, O. L. (2017). Plan de internacionalización para empresas. Global Marketing Strategies, SL.

Lombana, J. (Ed.) (2013). Negocios Internacionales. Fundamentos y Estrategias. 2º Edición. Ecoe Ediciones.

López Duarte, C., Vidal Suárez, M.M., y González Mieres, C. (2016). Estrategias de internacionalización de la empresa. Casos prácticos. Septem Ediciones.

Peña Andrés, C. (2017). Negociación para el comercio Internacional. Guía Práctica. Marge Books.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Breuillot, A., Bocquet, R., & Favre-Bonté, V. (2022). Navigating the internationalization process: Strategic resources for early internationalizing firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 20(2), 282-315.
- Casson, M. (2022). Extending internalization theory: Integrating international business strategy with international management. *Global Strategy Journal*, 12(4), 632-657.
- Chen, S., Huang, B., & Li, M. (2023). Analysis of Li-Ning's Brand Internationalization Strategy. *Highlights in Business, Economics and Management*, 8, 529-534.
- Cirillo, A., Muñoz-Bullón, F., Sánchez-Bueno, M.J., & Sciascia, S. (2022). Employee downsizing and sales internationalization strategy in family firms. *Journal of Family Business Strategy*, 13(2), 100354.
- De Wit, H., & Jones, E. (2022). A new view of internationalization: From a western, competitive paradigm to a global cooperative strategy. *Journal of Higher Education Policy and Leadership Studies*, 3(1), 142-152.
- Falciola, J., Jansen, M., & Rollo, V. (2020). Defining firm competitiveness: A multidimensional framework. *World Development*, 129, 104857.
- Feliciano-Cestero, M. M., Ameen, N., Kotabe, M., Paul, J., & Signoret, M. (2023). Is digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization. *Journal of Business Research*, 157, 113546.
- Feliciano-Cestero, M. M., Ameen, N., Kotabe, M., Paul, J., & Signoret, M. (2023). Is digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization. *Journal of Business Research*, 157, 113546.
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Veiga, P. M. (2023). The role of entrepreneurial ecosystems in the SME internationalization. *Journal of Business Research*, 157, 113603.
- Gupta, A.K., & Westney, D.E. (2003). *Smart globalization: Designing global strategies, creating global networks*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Hill, C.W., Jones, G.R., & Schilling, M.A. (2014). *Strategic management: theory: an integrated approach*. Cengage Learning.
- Kafourous, M., Cavusgil, S. T., Devinney, T. M., Ganotakis, P., & Fainshmidt, S. (2022). Cycles of de-internationalization and re-internationalization: Towards an integrative framework. *Journal of World Business*, 57(1), 101257.
- Khan, Z., Amankwah-Amoah, J., Lew, Y. K., Puthusserry, P., & Czinkota, M. (2022). Strategic ambidexterity and its performance implications for emerging economies multinationals. *International Business Review*, 31(3), 101762.
- Lasserre, P. (2017). *Global Strategic Management*. Bloomsbury Publishing.

- Mead, R., & Andrews, T. G. (2009). *International Management*. John Wiley & Sons, West Sussex, England.
- Nummela, N., Vissak, T., & Francioni, B. (2022). The interplay of entrepreneurial and non-entrepreneurial internationalization: an illustrative case of an Italian SME. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(1), 295-325.
- Oliva, F. L., Teberga, P. M. F., Testi, L. I. O., Kotabe, M., Del Giudice, M., Kelle, P., & Cunha, M. P. (2022). Risks and critical success factors in the internationalization of born global startups of industry 4.0: A social, environmental, economic, and institutional analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121346.
- Reim, W., Yli-Viitala, P., Arrasvuori, J., & Parida, V. (2022). Tackling business model challenges in SME internationalization through digitalization. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(3), 100199.
- Sainz de Vicuña, J. M. (2017). *El Plan Estratégico en la Práctica*. 5ª edición. ESIC editorial. Madrid.
- Serrano, R., Dejo-Oricain, N., Ferrer, J., Pinilla, V., Abella-Garcés, S., & Maza, M. T. (2023). Domestic clustered networks and internationalization of agrifood SMEs. *Agribusiness*, 39(1), 167-195.
- Singh, N. P. (2022). The rise of emerging Indian multinationals: strategic learning for EMNC foreign market entry and internationalization. *International Journal of Emerging Markets*, 17(10), 2740-2762.
- Troise, C., Battisti, E., Christofi, M., van Vulpen, N. J., & Tarba, S. (2023). How can SMEs use crowdfunding platforms to internationalize? The role of equity and reward crowdfunding. *Management International Review*, 63(1), 117-159.
- VVAA (1996). *Strategor: Estrategia, estructura, decisión, identidad. Política general de la empresa*. Ed. Biblio Empresa.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Artículos publicados en la Harvard Business Review, como, por ejemplo:

García del Pueyo, J.L. (2020). Caso: Mercadona y su estrategia internacional: la entrada en Portugal. *Harvard Business Review*, 289, 60-71.