

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2024-2025

| IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código | 401151 | Créditos ECTS | 6 |
| Denominación (español) | Gestión de Empresas Familiares e Investigación en Estrategias de Marketing Internacional | | |
| Denominación (inglés) | Family Business and International Marketing Research | | |
| Titulación/es | Máster Universitario en Investigación en Economía, Gestión y Comercio Internacional | | |
| Centro | Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales | | |
| Semestre | 1º | Carácter | Obligatoria |
| Módulo/s | Común | | |
| Materia/s | Gestión de Empresas Familiares e Investigación en Estrategias de Marketing Internacional | | |
| Profesorado | | | |
| Nombre | Despacho | Correo Electrónico (Página Web) | Titulación y Grupo |
| Tomás M. Bañegil Palacios | 44 | tbanegil@unex.es | Master Universitario en Investigación en Economía, Gestión y Comercio Internacional Grupo Único |
| Área/s de conocimiento | Organización de Empresas | | |
| Departamento/s | Dirección de Empresas y Sociología | | |
| Profesor/a coordinador/a (si hay más de uno) | Tomás M. Bañegil Palacios | | |
| COMPETENCIAS | | | |
| Objetivos | | | |
| A través del material desarrollado por el propio profesor y el equipo de trabajo de la Cátedra de Empresa Familiar, se pretende que el alumno conozca las particularidades de la gestión | | | |

| |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>empresarial en el entorno de la empresa familiar, tanto desde un punto de vista teórico como práctico. En algunos apartados de determinados temas, se abordarán cuestiones de carácter internacional en el entorno de las empresas de carácter familiar.</p> |
| <p>Competencias</p> |
| <p>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.</p> |
| <p>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.</p> |
| <p>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.</p> |
| <p>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.</p> |
| <p>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.</p> |
| <p>CG1: Capacidad para poseer y comprender conocimientos basados en los estudios de grado del ámbito económico y empresarial, ampliados como base para su aplicación en contextos de investigación en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional (Descriptor de Dublín).</p> |
| <p>CG4: Capacidad de comunicar sus conclusiones -y conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades, en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional (apartado 3.3 del Anexo I del Real Decreto 1393/2007).</p> |
| <p>CG5: Capacidad de realizar un aprendizaje que le permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional (apartado 3.3 del Anexo I del Real Decreto 1393/2007).</p> |
| <p>CG6: Conocimiento del método científico y los sistemas científico-tecnológicos nacionales e internacionales, en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional.</p> |
| <p>CG7: Conocimiento de las líneas de investigación en áreas de estudio de fuerte implantación en Economía, Gestión y Comercio Internacional y capacidad de interacción investigadora con las mismas.</p> |
| <p>CG9: Capacidad de derivar de los datos información relevante imposible de reconocer para no expertos en el ámbito del análisis empresarial y económico internacional.</p> |
| <p>CG13:</p> |

| |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CT1: Habilidad para usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en estudio e investigación, con especial aplicación al ámbito empresarial y económico internacional. |
| 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. |
| CT4: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional. |
| CT5: Habilidad en la búsqueda y selección de información y fuentes de investigación, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional. |
| CE6: Capacidad de comprender y analizar, en entornos de incertidumbre y contextos más amplios, el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, 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. |

...

CONTENIDOS

Breve descripción del contenido

Se celebrará una primera sesión de corte introductorio y de descripción general de la asignatura donde se asignará los diferentes trabajos a realizar por el alumno.

Para todos los temas de la asignatura, se utilizarán artículos relevantes y publicaciones de investigación, con las metodologías de análisis más empleadas, discutiéndose numerosos ejemplos y casos prácticos.

La metodología de impartición resulta similar para cada sesión temática, articuladas en base a la correspondiente explicación por parte del profesor, quien también aportará los contenidos teóricos o metodológicos que sean relevantes.

Se celebrará una sesión final de cierre y/o conclusión.

Descriptores: Empresa Familiar, Sucesión, Protocolo, Ciclo de vida, Competitividad, Estrategia, Comercio

Internacional, Mercados Internacionales.

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: Características principales de la empresa familiar

Contenidos teóricos del tema 1: La Familia y la empresa. Valores y Actitudes. Relaciones y gestión de conflictos.

Metodología: Presentación de transparencias.

Contenidos prácticos del tema 1: Ejercicios y casos prácticos.

Metodología: Discusión y análisis.

Denominación del tema 2: Estructura de poder

Contenidos teóricos del tema 2: Propiedad y Órganos de Gobierno. Estructura de poder. Gestión de accionistas.

Metodología: Presentación de transparencias.

Contenidos prácticos del tema 2: Ejercicios y casos prácticos.

Metodología: Discusión y análisis.

Denominación del tema 3: La Gestión.

Contenidos teóricos del tema 3: La Gestión del Negocio Familiar. Liderazgo. Innovación. La profesionalización.

Metodología: Presentación de transparencias.

Contenidos prácticos del tema 3: Ejercicios y casos prácticos.

Metodología: Discusión y análisis.

Denominación del tema 4: La sucesión

Contenidos teóricos del tema 5: La Sucesión. El Proceso sucesorio. La selección del sucesor. Protocolo. El ciclo de vida.

Metodología: Presentación de transparencias y video.

Contenidos prácticos del tema 4: Ejercicios y casos prácticos.

Metodología: Discusión y análisis.

Denominación del tema 5: La internacionalización

| Contenidos teóricos del tema 4: La internacionalización en las e Competitividad internacional. El marketing-mix internacional. Metodología: Presentación de transparencias. Contenidos prácticos del tema 5: Ejercicios y casos prácticos. Metodología: Discusión y análisis. | | | | amiliares. | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------|----|-----------------------|---|--------------------------|---------------|
| | | | | | | | |
| Actividades formativas* | | | | | | | |
| Horas de trabajo del alumno por tema | | Horas teóricas | | Actividades prácticas | | Actividad de seguimiento | No presencial |
| Tema | Total | GG | CH | L | O | S | |
| 1 Teoría | 20 | 4 | | | | | 16 |
| 1. Práctica | 5 | 2 | | | | | 3 |
| 2. Teoría | 20 | 3 | | | | | 17 |
| 2. Práctica | 10 | 2 | | | | | 8 |
| 3. Teoría | 20 | 3 | | | | | 17 |
| 3. Práctica | 5 | 2 | | | | | 3 |
| 4. Teoría | 20 | 3 | | | | | 17 |
| 4. Práctica | 10 | 2 | | | | | 8 |
| 5. Teoría | 20 | 3 | | | | | 17 |
| 5. Práctica | 10 | 2 | | | | | 8 |
| Evaluación | 10 | 4 | | | | | 6 |
| TOTAL ECTS | 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* | | | | | | | |
| Seguimiento de las transparencias entregadas. Ejercicios. Casos prácticos. Salidas a efectuar trabajos de campo por Badajoz. Simulación de empresas (si se consigue | | | | | | | |

financiación). Presentaciones en clase. Elaboración de esquemas y trabajos escritos que será entregados al profesor.

Resultados de aprendizaje*

Poseer y comprender las ideas principales y los conocimientos necesarios sobre la Gestión de Empresas Familiares y Estrategias de Marketing Internacional. Aplicar la información y los conocimientos mediante métodos y habilidades para resolver los problemas. Interpretar la información para resumir, describir e interpretar situaciones y poder argumentar. Resolver problemas relacionados con la Gestión de Empresas Familiares y Estrategias de Marketing Internacional y poder extrapolar conocimiento a contextos nuevos. Descubrir patrones en la información, organizar los datos, y reconocer significados ocultos para emitir juicios que incluyan una reflexión. Transmitir información, ideas, problemas y soluciones. Presentar un alto grado de autonomía para evaluar y decidir sobre situaciones conocidas y desconocidas.

Sistemas de evaluación*

1. MODALIDADES DE EVALUACIÓN

En base a la Normativa de Evaluación de las Titulaciones oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Extremadura, existen dos modalidades de evaluación diferentes:

A.Sistema de evaluación continua:

Sistema constituido por diversas actividades distribuidas a lo largo del semestre de docencia de la asignatura. Incluye:

- . Asistencia y participación en clases de ejercicios y casos prácticos (10%)

Se trata de participar activamente en las clases de aspectos prácticos programados relacionados con el trabajo final. Estas actividades tendrán carácter de no recuperable para la convocatoria de julio.

- . Exposición oral de un trabajo final (30%) Los alumnos tendrán que exponer oralmente un trabajo individual consensuado previamente con el profesor. La elaboración del trabajo y la exposición oral del mismo permitirán evaluar la adquisición de competencias. En el caso de detectarse plagio en alguno de los trabajos presentados, la calificación del mismo será cero. Esta actividad tendrá carácter de recuperable para la convocatoria de julio.

- . Examen final escrito (60%)

Al terminar el semestre, en la fecha oficial establecida, se realizará un examen final escrito que abarcará todos los contenidos trabajados. Dicho examen incluirá preguntas tipo test y/o preguntas cortas. Para poder hacer media con las otras dos actividades de evaluación continua, será condición necesaria obtener un mínimo de 4 puntos sobre 10.

La calificación final de la asignatura será la suma ponderada de todas las actividades incluidas en esta modalidad de evaluación. El alumno superará la asignatura, cuando la calificación obtenida sea, al menos, de 5 puntos. En la convocatoria de julio se podrá recuperar la nota del examen final y la presentación del trabajo.

B.Sistema de evaluación global:

Este sistema de evaluación está constituido por una única prueba final que engloba todos los

contenidos de la asignatura y que se realizará en la fecha oficial de cada convocatoria. El examen, constará de preguntas test y/o preguntas cortas. Este examen pondera el 100% de la nota final de la asignatura y será necesario obtener un mínimo de 5 puntos para superar la asignatura.

2. CONSIDERACIONES SOBRE LA ELECCIÓN DE LA MODALIDAD DE EVALUACIÓN

Siguiendo la Normativa de Evaluación vigente, la elección de la modalidad de evaluación global corresponde a los estudiantes, para cada una de las convocatorias (ordinaria y extraordinaria) de la asignatura. En su artículo 4.5, se establece que los plazos para elegir la modalidad global serán durante el primer cuarto del periodo de impartición de la misma.

La elección se llevará a cabo a través del espacio habilitado para ello en el Campus Virtual. Cuando un estudiante no comunique su elección se entenderá que opta por el sistema de evaluación continua.

Bibliografía (básica y complementaria)

- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Bañegil Palacios, T. M. (Coord.) (2012): La gestión de las empresas familiares. El caso de Extremadura. Fundación Caja de Extremadura. Cátedra de Empresa familiar de la UEX.

CORONA, J. (Ed.)(2017): Empresa familiar: análisis estratégico. Editorial Deusto.

- BIBLOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

AMAT, J.M. (Coord.) (2004): La sucesión en la empresa familiar. Colección del Instituto de Empresa Familiar. Deusto, Bilbao.

BANACLOCHE PALAO, C. (2002): Transmisión de la empresa familiar en el impuesto sobre sucesiones y donaciones.. Aranzadi.

CASILLAS, J.C.; DÍAZ, C. y VÁZQUEZ, A. (2005): La gestión de la empresa familiar. Conceptos, casos y soluciones. Thomson Paraninfo.

CORONA, J. (Ed.)(2005): Manual de la Empresa familiar. Instituto de la Empresa Familiar / PriceWaterhouseCoopers. Editorial Deusto.

CONGER, J.A., SPREITZER, G.M. y LAWLER, E.E. (Comps.) (2000): El manual del cambio para líderes. Paidós Empresa.

GALLO, M.A. (1998): La sucesión en la empresa familiar. Servicio de Estudios de la Caixa.

GALLO, M.A. y AMAT, J.A. (2003): Los secretos de las empresas familiares centenarias. Colección del Instituto de la Empresa Familiar. Deusto.

GERSICK, K.E., DAVIS, J.A., MCCOLLOM HAMPTON, M. y LANSBERG, I. (1997): Empresas familiares. Generación a generación. McGraw-Hill.

NEUBAUER, F. y LANK, A.G. (2003): La empresa familiar. Cómo dirigirla para que perdure. Deusto.

QUINTANA NAVÍO, J. (2005): Responsabilidad Social en las Empresas Familiares. Instituto de la Empresa Familiar. Cuadernos Forética 3. (remitido por IEF)

ROCA i JUNYENT, M. y MARTÍ i PICÓ, N. (2004): El protocolo familiar. Colección Biblioteca de la Empresa Familiar, nº 2. Associació Catalana de l'Empresa Familiar.

RODRÍGUEZ ALCAIDE, J.J. y RODRÍGUEZ ZAPATERO, M. (2004): La singularidad de la empresa familiar: conceptos básicos para llegar a entenderla. Cátedra PRASA de Empresa Familiar de la Universidad de Córdoba.

WARD, J.L. (2004): Cómo crear un consejo de administración eficaz en empresas familiares. Colección del Instituto de Empresa Familiar. Deusto.

Jerez Riesco, José Luis. García-Mendoza, Alvaro (2015): Marketing Internacional para la expansión de la empresa. Esic.

Allueva, C. (1990): *Marketing Internacional de Productos Industriales*. Barcelona. Gestión 2000.

Bañegil Palacios, Tomás M (1990): *Just In Time y Marketing*". *Revista Economía y Empresa*. Volumen 10, nº 27-28.

Bañegil Palacios, Tomás M. (1993): *La Flexibilidad de la producción y el sistema Just In Time*. Editorial Pirámide. Madrid.

Bañegil Palacios, T. M. ; Rivero Nieto, P.(1998): *¿Cómo es de verde su marketing?* . *Revista Esic Market*, nº99.

Bañegil Palacios, T. M. ; Chamorro Mera, A.(2000): *La variable medioambiental en la política de cooperación al desarrollo*. Boletín ICE de Información Comercial Española, nº2650, abril. Ministerio de Economía y Hacienda.

Bañegil Palacios, T. M. ; Miranda, F.(2000): *La utilización de nuevas técnicas de desarrollo de nuevos productos en las empresas españolas*. Dirección y Organización, CEPADE.

Bell, J. (2002): *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación: guía para investigadores en educación y ciencias sociales*, Barcelona, Gedisa.

Cerviño, J. (2002): *Marcas internacionales*. Pirámide.

Corbetta, P. (2007): *Metodología y técnicas de investigación social*, Madrid, McGraw-Hill.

Diez de Castro, E. (1996): *Gestión de precios*. Esic, Madrid.

Kotler, P.; Jatusripitak, S.; Maesincee, S. (1998): *El Marketing de las naciones*. Paidós, Barcelona.

Martín Armario, E. (1993): *Marketing*. Ariel Economía, Barcelona.

Munuera, J.L.; Rodríguez, A.I. (1998): *Marketing estratégico. Teoría y casos*. Pirámide, Madrid.

Nieto, A. (1995): *Marketing internacional*. Pirámide, Madrid.

Nieto, A.; Llamazares, O.; Cerviño, J.(1997): *Marketing internacional. Casos y ejercicios prácticos*. Pirámide, Madrid.

Orna, E. y Stevens, G. (2001): *Cómo usar la información en trabajos de investigación*,

Barcelona, Gedisa.

Pampillón, R. (1993): *Análisis económico de países*. McGraw-Hill, España.

Phillips, E. M. y Pugh, D. S. (2001): *Cómo obtener un doctorado. Manual para estudiantes y tutores*, Barcelona, Gedisa.

Santesmases, M. (2004): *Marketing. Conceptos y estrategias*. Pirámide, Madrid.

Sarabia, F.J. (coord.) (2000): *Metodología de la investigación en marketing y dirección de empresas*. Ed. Pirámide, Madrid.

Sierra Bravo, R. (2002): *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*, Madrid, Thomson, 5ª ed.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Es importante que el alumno entienda la necesidad de completar sus apuntes de clase con la bibliografía básica y complementaria que se adjunta en este programa. La comprensión y el dominio de la materia pasa por un estudio del manual básico de la asignatura, que ha sido publicado por el profesor. Así mismo, dado el carácter práctico de la materia, se valorará la asistencia a clase.