

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2024/2025

Identificación y características de la asignatura			
Código	401152	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Investigación en la internacionalización de las Pymes		
Denominación (inglés)	Internationalization of SMEs		
Titulaciones	MASTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN ECONOMÍA, GESTIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Semestre	1	Carácter	OBLIGATORIO
Módulo	COMÚN		
Materia	Internacionalización de la Pequeña y Mediana Empresa		
Profesor/es			
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 coordinador (si hay más de uno)			

Competencias *
<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>

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

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).

CG4: Comprensión de la bibliografía científica en su campo de estudio.

CG5: Redacción de trabajos científicos en su campo de estudio.

CG6: Conocimiento del método científico y los sistemas científico-tecnológicos extremeño, español y europeo.

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.

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.

CT4: Capacidad para trabajar en equipo

CT5: Habilidad en la búsqueda y selección de información y fuentes de investigación, con especial aplicación al ámbito del análisis empresarial y económico internacional.

CT6: Motivación por la calidad

CE1: Capacidad para buscar, recopilar, seleccionar e interpretar la información económica, financiera, empresarial, laboral o social procedente de diversas fuentes

CE2: Capacidad para extraer conclusiones relevantes de trabajos publicados en revistas especializadas en el ámbito económico, financiero, empresarial, laboral o social

CE3: Capacidad de comprender y analizar, en entornos de incertidumbre y contextos más amplios, el proceso estratégico en la gestión y toma de decisiones en la internacionalización de las organizaciones, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.

CE4: Capacidad de comprender y analizar, en entornos de incertidumbre y contextos más amplios, la problemática de la empresa familiar, con especial atención sus de organización y gestión y de continuidad y sucesión, aplicándolo a la resolución de problemas complejos o de investigación.

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*

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. En concreto se estudiarán conocimientos sobre las líneas de investigación en:

- Los procesos de Internacionalización de las Organizaciones desde una perspectiva estratégica
- La investigación en la gestión de la internacionalización en PYMES
- La investigación en emprendedurismo a nivel internacional

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: LOS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES DESDE UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA. (Factores de entorno influyentes)

Contenidos teóricos del tema 1:

1. Introducción
2. entorno económico y tecnológico
3. entorno sociocultural
4. entorno político y legal

Contenidos prácticos del tema 1: 1. Exposición de un trabajo de investigación práctico relacionado con el área de Internacionalización de PYMES.

Denominación del tema 2: LA INVESTIGACIÓN EN LA GESTIÓN INTERNACIONAL DE PYMES

Contenidos teóricos del tema 2:

1. Principales temas de investigación
2. Teorías de apoyo más usuales
3. Metodologías de análisis más utilizados.

Contenidos prácticos del tema 2: Presentación y discusión de las diferentes líneas de investigación a que da origen el tema

Denominación del tema 3: LA INVESTIGACIÓN EN EMPRENDEDURISMO A NIVEL INTERNACIONAL

Contenidos teóricos del tema 3:

1. Principales temas de investigación
2. Teorías de apoyo más usuales
3. Metodologías de análisis más utilizados.

Contenidos prácticos del tema 3: Presentación y discusión de las diferentes líneas de investigación a que da origen el tema

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	TP	EP
1	50	5				5		40
2	50	5				5		40
3	48	5				5		38
Evaluación **	2							
TOTAL ECTS	150	15				15		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*

El profesor explicará los principales contenidos del tema analizado, ayudándose de una serie de diapositivas que proyectará, y en las cuales aparecen recogidos los principales argumentos del tema en estudio. Para facilitar la comprensión del alumnado de la materia explicada, así como su curiosidad y la participación del mismo en clase, el profesor formulará una serie de "preguntas al aire", que deberán ser respondidas en primera instancia por el alumno que señale el profesor, y en segunda instancia por el resto del alumnado presente en el aula.

Resultados de aprendizaje*

Los alumnos deberían estar en disposición, una vez superada la materia, de saber diferenciar las características esenciales de una PYME en los diferentes contextos en los que actúa, y especialmente en el ámbito internacional con todas las diversas formas de entrada que se estudian a lo largo del temario y con los complementos necesarios de temas estratégicos como el entorno y el emprendimiento.

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

** Indicar el número total de horas de evaluación de esta asignatura.

todos los contenidos trabajados. Para poder hacer media con las otras dos actividades de evaluación continua, será condición necesaria obtener un mínimo de 4 puntos sobre 10.5

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

HAMEL G. (2007), *The Future of Management*, Harvard Business School Publishing

Aaker, David A. (1984): *Strategic Market Management*. John Wiley & Sons, Inc., NY.

Simon, H. (2009): *Hidden Champions of the Twenty-First Century. Success Strategies of Unknown World Market Leaders*. Springer. New York

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Hitt, M., Ireland, R.D.; Camp, S.M. and Sexton, D (Editors) (2002): *Strategic Entrepreneurship. Creating a new mindset*. New York, NY Blacwell Publishers.

Bañegil Palacios, T. M. ; Meireles de Sousa, José. (2004): *Estratégias de Marketing Internacional*. Editora ATLAS. Sao Paulo, Brasil.

Young, S.; Hamill, J.; Wheeler, C.; Davies, J.R.. (1991): *Penetración y desarrollo de los mercados internacionales*. Plaza & Janés editores.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

El alumno dispone de casos prácticos, foros, ejercicios prácticos, lecturas, y novedades procedentes de la actualidad económica nacional e internacional en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura. Adicionalmente se colabora de forma habitual con el Aula de Patrocinio IBERCAJA de Economía Social y Cooperativas.