

## 27644 - Plan de internacionalización de la empresa

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2024/25

**Asignatura:** 27644 - Plan de internacionalización de la empresa

**Centro académico:** 109 - Facultad de Economía y Empresa

**Titulación:** 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

**Créditos:** 5.0

**Curso:** 4

**Periodo de impartición:** Primer semestre

**Clase de asignatura:** Optativa

**Materia:**

### 1. Información básica de la asignatura

El objetivo de la asignatura es que el estudiante conozca el proceso de internacionalización de la empresa, su marco conceptual, las estrategias de internacionalización, los elementos de su planificación y diferentes herramientas para llevar a cabo dicho proceso. En las clases prácticas los alumnos formaran equipos para gestionar el proceso de internacionalización aplicando herramientas de comercio exterior en un contexto de juego de empresa.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), en concreto, las actividades previstas en la asignatura contribuirán al logro del objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico. Meta 8.2. Lograr niveles más elevados de productividad económica Meta 8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas

### 2. Resultados de aprendizaje

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

- Comprender el entorno en el que opera la organización, el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales y los instrumentos de análisis.
- Analizar, valorar y tomar de decisiones en relación a la variable producto.
- Analizar y valorar las estrategias de marketing para la internacionalización de la actividad empresarial.

### 3. Programa de la asignatura

Tema 1: La Globalización y la Internacionalización

Tema 2: Diagnostico del potencial de internacionalización de la empresa

Tema 3: Plan Estratégico I: Selección de mercados

Tema 4: Plan Estratégico II: Modos de entrada

Tema 5: Plan Operativo

### 4. Actividades académicas

Actividades presenciales

Clases magistrales: 25 horas.

Clases prácticas: 25 horas.

Actividades no presenciales

Estudio Personal: 73 horas.

Pruebas Evaluación: 2 horas.

5 ECTS = Total 125 horas

### 5. Sistema de evaluación

#### Evaluación Continua. Primera convocatoria

Los alumnos que se acojan al sistema de evaluación continua obtendrán la calificación sumando la nota de cada una de las tres actividades siguientes, siendo obligatorio para optar a este sistema la realización de todas ellas:

- 1) Resultados de empresa virtual respecto a tres indicadores empresariales: rentabilidad económica, cuota de mercado y grado de internacionalización de la empresa. (hasta 6 puntos)
- 2) Exposición final del plan de internacionalización de la empresa y de los resultados obtenidos de su implementación (hasta 2 puntos).
- 3) Un examen final tipo test de carácter teórico-práctico con 5 bloques de preguntas similar al de prueba global (hasta 2 puntos).

**Prueba global. Primera y segunda convocatoria.** El estudiante que no opte por la evaluación continua o que no supere la

asignatura por evaluación continua o que quiera mejorar su calificación, tendrá derecho a presentarse a un examen de tipo test teórico-práctico estructurado en 5 bloques sobre conceptos básicos desarrollados a lo largo de la asignatura. Superarán la asignatura, aquellos estudiantes que obtengan al menos una puntuación de 5 puntos. La prueba global se realizará en los lugares, fechas y límite de tiempo previamente establecidos, de manera presencial, pero si las circunstancias sanitarias lo requieren, se realizarán de manera online

## **6. Objetivos de Desarrollo Sostenible**

8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico