Investigación comercial (I) - Fuentes de información económica y comercial (on-line y presencial)

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Másteres Universitarios

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.

DATOS GENERALES

Breve descripción

El objetivo de este módulo consiste en la preparación de los alumnos en la búsqueda en Internet de un modo sistemático y organizado para reducir el tiempo invertido en realizar búsquedas de información sobre comercio exterior por Internet y encontrar información relevante para el exportador.

Título asignatura

Investigación comercial (I) - Fuentes de información económica y comercial (on-line y presencial)

Código asignatura

102191

Curso académico

2017-18

Planes donde se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

Créditos ECTS

2

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Castellano e Inglés

CONTENIDOS

Contenidos

1. Introducción. El camino del exportador. Internet y el recambio generacional en los países de la OCDE. Efectos de Internet en el comercio: Desintermediación y nuevos intermediarios.

2. Dominios de Internet. Estrategias de búsqueda. Correo, foros, blogs y web. Buscadores: Clasificación. Sintaxis de búsqueda en Google y Bing.

3. Google Custom Search. La web invisible. Información país. Información necesaria. Fuentes en España: Organismos de Promoción a la Exportación. La web de ICEX. Organismos regionales, Plancameral.org. Cámaras Españolas en el Extranjero. Patronales.

4. Información país: Fuentes extranjeras. Organismos internacionales, la UE, otros países, fuentes privadas.

5. Información sobre el mercado. Fuentes para la obtención de estudios de mercado.

6. Fuentes primarias para realizar un estudio de mercado.

7. Información sobre barreras de acceso al mercado: Barreras arancelarias.

8. Información sobre barreras de acceso al mercado: Barreras no arancelarias.

9. Información sobre promoción y distribución.

10. Internet como herramienta de promoción: La web de la empresa exportadora.

COMPETENCIAS

Generales

CG4.- Los titulados poseerán las habilidades para recabar, registrar e interpretar datos macroeconómicos, información de países, información sectorial y empresarial, datos financieros y contables, datos estadísticos, y resultados de investigaciones relevantes para sistematizar los procesos de toma de decisiones empresariales.

CG5.- Los titulados poseerán un cuerpo de conocimientos teóricos y prácticos así como las habilidades de aprendizaje que permitirá a aquellos que sigan interesados continuar desarrollando estudios posteriores más especializados en el ámbito de la investigación avanzada o estudios de doctorado.

CG8.- Los titulados deberán expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, manteniendo una imagen adecuada en su actividad profesional.

CG9.- Los titulados deberán dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

Específicas

CE1.- Comprender los conceptos, teorías e instrumentos para analizar y desarrollar planes de internacionalización empresarial.

CE2.- Capacidad para elegir y aplicar el procedimiento adecuado a la consecución de un objetivo empresarial.

CE4.- Desarrollo de las capacidades analíticas que permitan comprender la naturaleza de los problemas en la organización y por tanto la aplicación de herramientas idóneas.

CE8.- Manejar programas de software y estadísticos para el registro y análisis de datos.

CE14.- Capacidad para gestionar un proyecto de internacionalización empresarial y asumir responsabilidades directivas.

CE15.- Capacidad para liderar y desarrollar procesos de negociación empresarial.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF2.- Clases prácticas: aplicación de contenidos teóricos al análisis de problemas concretos que permiten al estudiante comprender y asimilar los contenidos. Incluyen exposiciones, conferencias con directivos/profesionales expertos en el área o caso de estudio, seminarios, debates y puestas en común con análisis de los contenidos desarrollados en las sesiones teóricas. Se realizan mediante talleres, estudios de casos, resolución de ejercicios y problemas con una participación activa del alumno.

AF3.- Trabajos individuales y en grupo: desarrollo de los contenidos teóricos de forma autónoma (búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos e informes, realización de cuestionarios) y su aplicación al estudio de casos, con exposición pública de las conclusiones individualmente o en grupo.

AF5.- Trabajo autónomo del estudiante: aquí se considera la actividad del alumno de estudio de la materia, búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos, diseño de presentaciones, participación en grupos de lectura y el estudio y la preparación de exámenes. Incluye la utilización del campus virtual y la actividad del estudiante en él así como el uso de TICs y herramientas informáticas, realizando diversas tareas como ejercicios de autoevaluación o la participación en foros y la consulta de bases de datos para obtener bibliografía y material documental.

Metodologías docentes

MD2.- Trabajo individual de los alumnos: lecturas, informes, notas técnicas, cuestionarios de autoevaluación, y búsqueda de información adicional.

MD3.- Trabajos docentes - Clases interactivas presenciales: seminarios de discusión y talleres.

MD4.- Estudios de casos, resolución de problemas y ejercicios prácticos en grupo o individuales: resolución, puesta en común y discusión en clase, mediante seminarios, de casos prácticos elegidos previamente.

MD5.- Trabajos docentes - Tutorías personalizadas: trabajos y exposiciones en grupo e individuales (trabajos de campo, desarrollo de proyectos empresariales).

La asignatura se estudia en doble modalidad, *on-line* y presencial.

- **Parte *on-line***:

El curso se desarrolla a través de metodología on-line, que implica que la relación alumno-profesor se establece a través de medios electrónicos.

Los contenidos didácticos para la lectura del alumno se encuentran en la plataforma virtual de aprendizaje y los alumnos tienen una guía que les indica las actividades que deben realizar y que son de distintos tipos como lectura de materiales, respuesta a ejercicios, respuesta a tests de autocomprobación, etc.

A través del correo electrónico y de la plataforma pueden plantear sus dudas y enviar ejercicios o corregir cuestionarios, recibiendo comentarios y soporte del profesor así como de los técnicos de apoyo on-line.

- **Parte presencial**:

Lectura previa a cada sesión de la documentación asociada a la misma; realización y preparación de los casos prácticos cuando así se indique; participación activa en el aula de informática para realizar las búsquedas y actividades propuestas por el profesor.

Revisión de los contenidos adquiridos en la modalidad online y práctica de búsquedas de nuevas fuentes de información

Comandos de búsqueda en Google. Google Custom Search

Fuentes País, Mercado, Barreras, Promoción y Distribución

Resultados de aprendizaje

- Ser capaz de analizar las distintas herramientas de búsqueda de información económica y comercial disponibles.
- Conocer cómo funcionan los principales buscadores.
- Conocer la estrategia de búsqueda de información para optimizar los resultados y el tiempo dedicado.
- Conocer y analizar las diversas fuentes disponibles de país, mercado, barreras, distribución y ayudas públicas a la exportación.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

SE2.- Pruebas de conocimiento: exámenes finales (ponderación mínima 80% y máxima 100%)

SE5.- Evaluación de la participación en el aula y/o en actividades on-line (ponderación mínima 0% y máxima 10%)

La evaluación de la asignatura en su **convocatoria ordinaria** se determinará en base a dos conceptos: el examen final y la participación del alumno durante la duración del módulo *on-line*.

- **Examen final (presencial)**: Se realizará en el mes de noviembre y puntúa sobre 10.

El examen consta de cinco bloques de preguntas:

- Cuatro bloques relacionados con las fuentes de información estudiadas en la parte online (entre otras, país, mercado, barreras, promoción y distribución). Las preguntas de cada uno de estos bloques serán tipo test.

- La quinta pregunta será sobre una búsqueda libre propuesta por el profesor sobre un tema de actualidad relacionado con la economía y/o el comercio exterior. Pregunta de desarrollo.

- Las respuestas correctas tendrán una valoración de dos puntos, las erróneas restarán hasta 2 puntos y las respuestas en blanco no puntúan.

- Se consideran respuestas erróneas aquellas que incluyan datos erróneos, no incluyan fuentes de referencia o éstas sean erróneas, incluyan unidades o fechas erróneas, etc.

- **Ejercicios módulo *on-line***: Supondrán un +10% de la calificación final, valorando la actitud, participación, puntualidad en la realización y entrega de las actividades programadas en este módulo. Para obtener ese +10%, alumno deberá resolver de manera correcta al 100% cada uno de los 18 ejercicios para poder optar a disfrutar de este porcentaje adicional a la calificación final, no calificando por tanto, cualquier número inferior de actividades entregadas o ejercicios resueltos con errores.

La mayor parte de las respuestas se derivarán directamente de la documentación facilitada durante el curso y/o de las explicaciones dadas en clase por el profesor. No obstante, algunas podrán exigir un esfuerzo personal de reflexión por parte del alumno y la aplicación de su propio criterio.

En las **convocatorias 2ª y siguientes**, el 100% de la calificación dependerá exclusivamente del examen que podrá ser tipo test y/o tipo ensayo y cuyo formato será avisado con antelación suficiente.

PROFESORADO

Profesor responsable

Enrile D'Outreligne, Carlos

Director y Consultor
Computer Contact Consultoría y Formación

Profesorado

García Suárez, Rosana

Analista
Computer Contact Consultoría y Formación

Guillén Zulueta, Teresa

Directora de Proyectos Internacionales
S&B Partners Consultores, S.L.

Saldaña Arce, Rodrigo

Socio-Director
REDBUS