Trabajo de fin de Máster

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 esta asignatura es que el alumno desarrolle de forma individualizada un proyecto de internacionalización empresarial. Una vez finalizado su proyecto en grupo, el alumno ha adquirido ya los conocimientos y metodologías para la realización de un Proyecto de Internacionalización.

Además de establecer y desarrollar las distintas etapas de un proceso de exportación y/o implantación, este trabajo también pretende que el alumno realice de forma individual una memoria escrita, la cual tendrá que defender explicar oralmente frente a un tribunal examinador.

Partiendo del Proyecto de Internacionalización el alumno tiene tres alternativas sobre las que realizar el TFM:

a) **País nuevo**: Elegir un país objetivo nuevo que no forme parte del área geográfica incluida en el Proyecto de Internacionalización.

b) **Producto/Servicio existente**: Elegir un producto/servicio existente dentro de la gama de productos de la empresa del Proyecto, pero que no haya sido tratado en dicho Proyecto, y lanzarlo en un país de la zona asignada en el Proyecto, con excepción del país objetivo del Proyecto.

c) **Producto/Servicio nuevo**: Crear un producto/servicio nuevo, aunque relacionado con la gama de la empresa del Proyecto y lanzarlo en el país que se quiera, con excepción del país elegido en el proyecto.

Título asignatura

Trabajo de fin de Máster

Código asignatura

102232

Curso académico

2017-18

Planes donde se imparte

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

Créditos ECTS

15

Carácter de la asignatura

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

Duración

Sin duracion (p.e. Proyecto)

Idioma

Castellano

CONTENIDOS

Contenidos

Para la realización del TFM se utilizará la misma metodología que para el Proyecto de Internacionalización, con las adaptaciones que el alumno considere necesarias. En cualquier caso, el TFM deberá ser original y diferenciado, tanto en el contenido como en la forma, en relación al Proyecto de Internacionalización que se ha realizado en grupo.

Los contenidos del TFM se reflejan en el propio índice del Proyecto de Internacionalización:

ETAPA 1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1.1 Empresa/producto
1.2 Análisis económico-financiero de la empresa
1.3 Sector/competencia
1.4 Zona geográfica asignada

ETAPA 2. SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

2.1 Criterios de selección
2.2 Análisis comparativo
2.3 Estudio del mercado

ETAPA 3. FORMA DE ENTRADA AL MERCADO

3.1 Elección de la forma de entrada (canal de distribución)
3.2 Perfil e identificación de potenciales clientes/distribuidores/socios
3.3 Condiciones de negociación

ETAPA 4. POLÍTICA DE MARKETING

4.1 Política de producto y servicio
4.2 Política de precios
4.3 Política de comunicación

ETAPA 5. PLAN ECONÓMICO (a tres años)

5.1 Objetivos
5.2 Presupuesto de ventas
5.3 Cuenta de explotación internacional
5.4 Análisis de rentabilidad del proyecto

COMPETENCIAS

Generales

CG1.- Los titulados sabrán aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, con un alto grado de autonomía, en empresas tanto nacionales como internacionales, sean pequeñas o medianas o empresas de dimensión más multinacional, e incluso en organizaciones no empresariales pero cuya gestión requiera una visión internacional.

CG2.- Los titulados sabrán aplicar las capacidades de análisis adquiridas en la definición y planteamiento de nuevos problemas y en la búsqueda de soluciones tanto en un contexto empresarial de ámbito nacional como internacional.

CG3.- Los titulados desarrollarán capacidades analíticas para la gestión de empresas en entornos dinámicos y complejos, tal como es el entorno internacional.

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.

CG6.- Los titulados tendrán una amplia experiencia y capacidad de trabajar en equipos multidisciplinares y, bajo presión en cuanto a tiempos (plazos de ejecución de proyectos y casos) y resultados se refiere.

CG7.- Los titulados adquirirán los valores y actitudes necesarias para establecer y desarrollar actividades empresariales y personales dentro de los comportamientos éticos y de responsabilidad social más estrictos, así como para desarrollar una sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.

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.

CE3.- Evaluar la relación existente entre empresas y el marco institucional en el que se desarrollan las actividades.

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.

CE5.- Capacidad de liderazgo del proceso de diseño de la estrategia internacional.

CE6.- Capacidad para trabajar en equipo primando la precisión de los resultados y la solvencia y originalidad de las proposiciones.

CE7.- Manejar plataformas digitales, medios tecnológicos, audiovisuales e informáticos para la búsqueda de información y la comunicación eficaz de los proyectos empresariales.

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

CE9.- Analizar los resultados de la investigación de mercados y competencia para proponer orientaciones estratégicas y acciones operativas.

CE10.- Adquirir las técnicas para la redacción profesional de documentos y la presentación de informes en el ámbito de los negocios internacionales.

CE12.- Conocimiento de los principales aspectos legales y fiscales que afectan directa o indirectamente a los procesos de internacionalización empresarial.

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

AF4.- Tutorías: reuniones concertadas entre el profesor y los estudiantes, individualmente o en pequeños grupos, para dirigir su aprendizaje de manera personalizada, así como para la resolución de dudas en relación con los contenidos de las asignaturas, los trabajos y proyectos, la preparación de las exposiciones y participaciones en el aula. Incluye tutoría on line a través del campus virtual.

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

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

El TFM se desarrolla en dos fases:

1. Una primera, con la aceptación del tutor del país/producto seleccionado por el alumno.
2. En una segunda fase, el tutor realizará una valoración previa del trabajo presentado por el alumno, realizando las recomendaciones generales que considere oportunas para que el trabajo esté "apto para presentación" o "apto para presentación con recomendaciones" para su posterior defensa ante el tribunal.

La defensa y lectura del Trabajo Fin de Máster se realizará a lo largo de la segunda quincena de septiembre, una vez que el alumno haya superado las evaluaciones previstas en las restantes materias del plan de estudios y disponga de todos los créditos necesarios para la obtención del título de Máster salvo los correspondientes al propio TFM.

El alumno presentará y defenderá su Trabajo Fin de Máster ante un tribunal compuesto por 3 profesores doctores, una vez que haya sido considerado "apto para presentación" o "apto para presentación con recomendaciones" por el tutor. El alumno tendrá un tiempo máximo de 20 minutos para presentar su trabajo. Una vez finalizada la presentación, el tribunal realizará preguntas durante aproximadamente 5 minutos. A la presentación podrá asistir el tutor del

trabajo si así lo desea, si bien, no tendrá voto a la hora de calificar el trabajo.

Resultados de aprendizaje

- Ser capaz de desarrollar de manera individual un proyecto de internacionalización empresarial.
- Ser capaz de analizar cómo afecta el entorno internacional y la propia situación interna de la empresa a su expansión exterior.
- Saber seleccionar los mercados de mayor potencialidad y/o accesibilidad para sus productos y servicios, en base a información primaria y secundaria contrastada.
- Elegir la forma de acceso a los mercados seleccionados, bien sea a través de fórmulas de exportación directa o indirecta, alianzas estratégicas, acuerdos de licencia o franquicia o mediante procesos de implantación vía delegación, filial comercial o filial de producción.
- Diseñar una política de marketing en la que se analicen las adaptaciones que deben realizarse en la oferta de productos, los precios y los canales de distribución, además de proponer una política y un presupuesto de comunicación para los mercados seleccionados.
- Evaluar los costes y la inversión necesaria para llevar a cabo el Proyecto de Internacionalización, así como los objetivos de venta y rentabilidad que pretenden alcanzarse.
- Identificar las fuentes de financiación disponibles para llevar a cabo Proyectos de Internacionalización, tanto a través de financiación privada como pública.
- Experimentar de manera práctica la presentación formal de un proyecto empresarial.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

Cada miembro del tribunal calificará el Trabajo Fin de Máster de forma independiente, sobre la base de los criterios que se relacionan más abajo, y se la comunicará al presidente, quién calculará la calificación final del tribunal sobre la base de la media de las calificaciones de los miembros del tribunal (incluyendo las suyas propias).

El tribunal, a la hora de calificar el Trabajo Fin de Máster, tendrá en cuenta los siguientes criterios y ponderaciones:

1. El contenido del TFM: precisión en la definición del objeto del proyecto, realismo, coherencia, rigor y originalidad. Supondrá un 30% de la calificación final.

2. Presentación formal del Trabajo: redacción, referencias bibliográficas, maquetación, etc. Supondrá un 15% de la calificación final.

3. Calidad del resumen ejecutivo incluido en el TFM: síntesis y claridad del documento. Supondrá un 15% de la calificación final.

4. Presentación y defensa oral, que supondrá un 40% de la calificación final:
   a. Precisión en la definición de los objetivos
   b. Capacidad de síntesis y de organización de la información, claridad, atractivo, y adecuación al tiempo establecido.
   c. Capacidad de respuesta a las preguntas y coherencia de las respuestas con la exposición.

El TFM únicamente se podrá defender una vez que el alumno haya superado las evaluaciones previstas en las restantes materias del plan de estudios y disponga de todos los créditos necesarios para la obtención del título de Máster salvo los correspondientes al propio TFM. Tal y como se señala en la normativa del TFM, su defensa ante el tribunal depende de la obtención de la condición "apto para presentación" o "apto para presentación con recomendaciones" dada por el tutor académico.

La valoración del tutor de "apto para presentación", no implica que el TFM haya recibido la calificación de aprobado, pues su evaluación y calificación final corresponde exclusivamente del tribunal.

PROFESORADO

Profesor responsable

Centenera Ulecia, Jesús

Socio Director
Agerón Internacional S.L.

Profesorado

Ruiz-Villar Ruiz, Rafael

Consejero Delegado
Plataforma de Proyectos Sociales S.L.

Luque Albarracín, Enrique

Consultor experto en franquicia e internacionalización

Pérez-Ilzarbe Welham, Juan Miguel

Director Internacional de Marketing
Naturhouse

Rompinelli Sáez, Ana Belén

Directora Comercial
Suministros de Comercio Exterior, S.A.

Llamazares García-Lomas, Olegario

Director
Global Marketing Strategies

Piernas Vas, Martín

Doctor en Ciencias de la Información
Profesor colaborador
Centro de Estudios Económicos y Comerciales

Somalo Peciña, Ignacio

Doctor en Economía Aplicada
Universidad Europea de Madrid

López-Quesada Fernández, Agustín

Doctor en Economía de la Empresa y Finanzas
Socio-Director KNOW-HOW Network Partnership

Villegas García, Margarita

Fundadora
Board of Directors Leadership

Pitarch Vázquez, Diego José

Operations Manager New Business
Parque Reunidos

Arrieta Carrillo, Tomás

Profesor Asociado Doctor del Departamento de Organización de Empresas
Universidad Complutense de Madrid

Gómez Quijano, Arturo

Profesor Asociado
Universidad Complutense de Madrid

Molins de la Fuente, Alejandro

Profesor colaborador
Centro de Estudios Económicos y Comerciales

Martín Cerdeño, Víctor J.

Profesor Contratado Doctor
Universidad Complutense de Madrid

López Martínez, Félix

Profesor de Negocios Internacionales
Escuela de Organización Industrial (EOI)

Quiñones García, Myriam

Profesora Asociada
Universidad Autónoma de Madrid

Bejerano Rodríguez, Fernando

Responsable de Desarrollo de Negocio América Latina
Agriconsulting Europe S.A.

Domínguez Blázquez, Marta

Socia Directora y Consultora
i-Thread Consulting | Innovación y Startups

Santamaría Burgos, Ricardo

Técnico comercial y Economista del Estado
Director de Riesgo País y Gestión de Deuda
CESCE

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

El alumno deberá utilizar como documento base la Metodología de Proyectos de Internacionalización y su bibliografía asociada.