

Comercialización internacional de bienes y servicios de ingeniería, construcción y profesionales

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

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

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 transmitir al alumno cuales son las principales características de estos mercados, factores a analizar y conocimientos necesarios para la ayuda a la toma de decisiones en la comercialización internacional de bienes y servicios correspondientes a estos sectores.

Título asignatura

Comercialización internacional de bienes y servicios de ingeniería, construcción y profesionales

Código asignatura

102830

Curso académico

2024-25

Planes donde se imparte

[MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT](#)

Créditos ECTS

1

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

CONTENIDOS

Contenidos

• Definición y características del mercado B2B y B2G. La diferencia de aproximaciones respecto al mercado B2G.

• Descripción y características de los sectores de ingeniería, construcción, consultoría y TIC.

• El impacto de las nuevas tecnologías en el sector de ingeniería y construcción: Transformación digital, industria 4.0 y economía circular

• Aproximación comercial para la internacionalización de bienes y servicios en estos sectores: Modelo de organización y modelo de implantación internacional.

• Marketing internacional de bienes y servicios industriales: Las oportunidades de negocio.

• Gestión de clientes: Análisis, identificación, selección, gestión comercial y negociación.

• El entorno competitivo: La diversidad de la competencia internacional. Posicionamiento.

• Gestión de la red comercial internacional.

• Diversidad de bienes y servicios en estos sectores: La oferta y el precio; la demanda y la oferta; la competencia y el entorno competitivo.

• Factores de éxito y fracaso y lecciones aprendidas.

• Análisis de un caso de comercialización internacional de bienes y servicios en estos sectores.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

Conocimientos

CO1 - Aprender sobre analíticas para la gestión de empresas en entornos dinámicos y complejos, tal como es el entorno internacional.

CO2 - Adquirir 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.

CO3 - Dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

CO4 - Comprender los conceptos, teorías e instrumentos para analizar y desarrollar planes de internacionalización empresarial.

CO5 - Comprender la naturaleza de los problemas en la organización y por tanto la aplicación de herramientas idóneas a través del desarrollo de las capacidades analíticas.

CO6 - Adquirir las técnicas para la redacción profesional de documentos y la presentación de informes en el ámbito de los negocios internacionales.

CO7 - Conocer la estructura y funcionamiento de los organismos e instituciones de apoyo a la internacionalización de la empresa.

CO8 - Conocer los principales aspectos legales y fiscales que afectan directa o indirectamente a los procesos de internacionalización empresarial.

CO13 - Aprender a incorporar el concepto de sostenibilidad en los proyectos empresariales e institucionales, identificando sus ámbitos concretos de aplicación práctica.

CO14 - Aprender a incorporar otros conceptos de las ODS, también relevantes para las empresas internacionales, en sus proyectos, identificando sus ámbitos concretos de aplicación práctica.

Habilidades

H1 - 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.

H3 - Ser capaz de 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 en entornos internacionales.

H5 - Evaluar la relación existente entre empresas y el marco institucional en el que se desarrollan las actividades.

H6 - Manejar plataformas digitales, medios tecnológicos, audiovisuales e informáticos para la búsqueda de información y la comunicación eficaz de los proyectos empresariales.

H7 - Manejar programas de software y estadísticos para el registro y análisis de datos.

H8 - Analizar los resultados de la investigación de mercados y competencia para proponer orientaciones estratégicas y acciones operativas.

Competencias

C1 - Trabajar en equipos multidisciplinares y multiculturales, en situaciones de alta exigencia en cuanto a tiempos (plazos de diseño y ejecución de proyectos y casos) y resultados se refiere.

C2 - 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.

C3 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita en español e inglés, manteniendo una imagen adecuada en su actividad profesional.

C4 - Liderar el proceso de diseño de la estrategia internacional.

C5 - Trabajar en equipo primando la precisión de los resultados y la solvencia y originalidad de las proposiciones.

C6 - Liderar y desarrollar procesos de negociación empresarial internacional.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

Denominación	Horas	% presencial
AF1 Clases magistrales	8	100
AF2 Clases prácticas	5	100
AF3 Trabajos individuales y en grupo	15	0
AF4 Tutorías	2	100
AF5 Trabajo autónomo del estudiante	20	0

Metodologías docentes

El módulo estará basado en la siguiente estructura metodológica:

• Clases Prácticas basadas en casos de negocio de empresas españolas y multinacionales del sector ingeniería, consultoría y construcción.

• Trabajo en equipo sobre estrategia de internacionalización de una empresa de ingeniería, consultoría y/o construcción.

• Se incentivará la participación del alumno en clase mediante continuas preguntas por parte del profesor que provoquen una reflexión y puesta en común de los temas analizados en cada sesión.

Resultados de aprendizaje

El alumno conocerá y tendrá los criterios teóricos y prácticos que le ayuden a la toma de decisiones en los distintos aspectos que afectan a la gestión comercial internacional en empresas de bienes y servicios para los sectores objeto de la asignatura, en concreto:

• El sector de ingeniería y construcción, el impacto de las nuevas tecnologías

• Modelos de organización e implantación internacional.

• Planificación y acciones de marketing internacional de bienes y servicios industriales.

• Análisis de clientes.

• Análisis de la competencia.

• Redes comerciales.

• Gestión comercial, negociación y venta internacional.

• Factores de éxito y fracaso en la gestión comercial internacional.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

La calificación final del alumno en su convocatoria ordinaria se determinará en base a tres conceptos: el examen final, un trabajo de estrategia de internacionalización de una empresa de los sectores estudiados y la participación en clase.

1) El examen final tipo mixto, test-pregunta abierta supondrá el 100% de la calificación final

El examen escrito para evaluar los conocimientos teóricos adquiridos por el alumno constará de 20 preguntas tipo test – con cuatro respuestas cada pregunta, con una única respuesta válida. La parte test del examen puntúa un 80% sobre la nota total. Las respuestas correctas tendrán una valoración de 0,5 puntos. Las respuestas en blanco cero puntos, y las respuestas erróneas restarán 0,166 puntos. Adicionalmente se incluirá una pregunta de respuesta abierta con una puntuación del 20% sobre la nota total. La duración del examen es de 45 minutos.

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.

2) Trabajo en equipo de estrategia de internacionalización de una empresa.

Trabajo, a realizar en grupo, con objeto de que el alumno pueda subir hasta un 10% su calificación final. Para poder optar a esta subida el alumno deberá obtener una puntuación mínima de 3,5 en el examen final.

3) Participación en Clase.

El profesorado podrá aumentar o disminuir hasta un +/- 10% la nota final alcanzada de acuerdo con la participación de cada alumno/a, tanto cuantitativa (número de intervenciones) como, principalmente, cualitativa (oportunidad y calidad de las intervenciones), así como por la actitud y la atención prestada durante las sesiones lectivas.

En las convocatorias 2ª y siguientes, el 100% de la calificación dependerá exclusivamente del examen. La modalidad del examen podrá ser tipo test o tipo ensayo, oral, mixto, o por trabajos. El alumno será informado de la modalidad o modalidades de las pruebas con antelación suficiente.

PROFESORADO

Profesor responsable

Llopis Franco, Miguel

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.

Desarrollo económico y economía internacional.

Universidad Complutense de Madrid.

Profesorado

Profesor Responsable de la asignatura

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Material de consulta obligatorio:

• “Student Handbook” (2024-2025) preparado por el profesor con el contenido de la asignatura.

• Presentaciones de Powerpoint de cada una de las sesiones con los puntos principales y fases de internacionalización de empresas de ingeniería y construcción.

Lectura recomendada:

- Shaping the Future of Construction_WEF
- Reorganizing for Growth in engineering companies_Booth & Co.
- Technology in Infrastructure_WEF
- The next normal in construction_ Mc Kinsey
- 2024 engineering and construction industry outlook_Deloitte Insights
- 2024_Top 21 Construction Industr Trends
- EFCA Future Trends report 2023
- EFCA Barometer_Autumn_2023_Final
- SEOPAN_Asociación de empresas constructoras y concesionarias
- TECNIBERIA_Asociación española de empresas de ingeniería
- The basics of battle cards
- Guide_to_Winning_Proposal_Methodologies
- WEF_Circularity_in_the_Built_Environment_2023
- EFCA Construction 2050 Paper
- EFCA Future Scenarios Report 2021