Proyecto de internacionalización

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 conozca y sepa aplicar una metodología para la realización de un Proyecto de Internacionalización a través de la cual se da respuesta a las principales cuestiones que se plantea una empresa cuando elabora una estrategia de comercialización o de implantación en mercados exteriores.

Título asignatura

Proyecto de internacionalización

Código asignatura

102231

Curso académico

2025-26

Planes donde se imparte

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

Créditos ECTS

7

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Castellano

CONTENIDOS

Contenidos

El Proyecto se desarrolla en una estructura que comprende cinco etapas, siguiendo una secuencia temporal, desde los aspectos más generales hasta aquellos que requieren más concreción.

Los contenidos incluidos en esta materia 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 Oportunidades de negocio y nuevos productos/servicios
1.5 Negocios *on-line*

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/o servicio
4.2 Política de precios
4.3 Política de comunicación *off-line* (marketing tradicional)
4.4 Política de comunicación *on-line* (marketing digital)

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

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

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

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 (70 horas - 5% presencialidad).

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 (60 horas - 20% presencialidad).

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 (30 horas - 0% presencialidad).

Metodologías docentes

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

Los Proyectos de Internacionalización se realizan sobre casos reales de empresas exportadoras de productos/servicios, que deciden acometer la apertura de un nuevo mercado -entendiendo como mercado, salvo excepciones, un país-, en una zona geográfica previamente determinada (Europa Occidental, Europa del Este, América Latina, Asia- Pacífico, etc.).

El módulo se desarrolla a través de tutorías presenciales de carácter general y específicas, tanto de análisis financiero y de negocios on-line:

a) **Tutorías de Proyecto**: Los equipos de trabajo compuestos por varios alumnos trabajan con un tutor en un Proyecto de Internacionalización para una empresa real que se va a expandir a un área geográfica determinada. En cada tutoría se analiza y evalúa un aspecto concreto del Proyecto de acuerdo a la metodología que se utiliza. En las últimas tutorías se revisa el documento completo de Proyecto de Internacionalización y se prepara la estructura del documento final – Memoria – del proyecto.

b) **Tutorías de Análisis Financiero (I y II)**: Su objetivo es ayudar a los alumnos, de forma complementaria a lo que revisan con sus tutores de Proyecto, a completar el hito del análisis económico financiero de la empresa basado en sus estados contables y el hito de la valoración económico financiera y estudio de viabilidad del proyecto de internacionalización que deben completar al final del Master. Tras su finalización, los alumnos deberán estar en condiciones de entender y poder realizar el análisis económico financiero y proyecciones financieras a largo plazo y el análisis de la viabilidad del proyecto de internacionalización objeto de su proyecto de Internacionalización.

Los contenidos de las tutorías de Análisis Financiero son:

- Análisis económico-financiero: Equilibrio financiero, ratios económicos y financieros.
- Revisión analítica o de porcentajes.
- Planificación financiera a largo plazo: Modelos de planificación (Simulación y escenarios. Sensibilidad).
- Análisis de inversiones. Repaso de los principales conceptos: Obtención de flujos de caja, VAN, TIR, período de recuperación.

c) **Tutorías de Negocios On-line (I, II, III y IV)**: la finalidad de estas tutorías es ayudar a los alumnos a que incorporen a sus proyectos de internacionalización estrategias y acciones en Internet, tanto en las oportunidades que ofrece la red para el negocio habitual de la empresa como, específicamente, en el mercado exterior para el cual se realiza el proyecto de internacionalización.

Los contenidos de las tutorías de negocios on-line son:

- Identificación de competidores en Internet y mejores prácticas online en el sector de actividad de la empresa.
- Elección del modelo de negocio online más adecuado.
- Plan de acción digital con herramientas online para la internacionalización.
- Marketing digital para mercados internacionales.
- Implantación, costes y expectativas de rentabilidad.

Las tutorías de Análisis Financiero y las de Negocios On-line se realizan en parte con sesiones conjuntas en clase de revisión de los conceptos principales y en parte trabajando con cada grupo

para ayudar en la identificación de los puntos más importantes y aplicar los conocimientos adquiridos a la realización de los Planes de Internacionalización.

Resultados de aprendizaje

- 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

Los proyectos presentados por los alumnos serán calificados por el tutor del proyecto y presentados ante un tribunal. La calificación otorgada por el tutor, tendrá también en cuenta la valoración y calificación del tribunal en la presentación oral.

La nota final del proyecto será de acuerdo a los siguientes criterios:

1. La calificación que haya obtenido el **informe escrito** sobre el Proyecto, presentado colectivamente por el equipo de trabajo ante el Tribunal (la misma calificación se aplicará a todos los miembros del equipo). Esta calificación ponderará un 50% de la calificación final (25% nota del tutor y 25% nota del tribunal). La nota del Tutor tendrá en cuenta la evolución del grupo a lo largo de las diferentes tutorías realizadas y presentación oral.

2. Calificación del **resumen ejecutivo**, realizado individualmente por cada miembro del grupo. Esta calificación ponderará un 30% de la calificación final.

3. La calificación que haya obtenido el alumno por su **contribución personal** al proyecto colectivo durante el periodo de preparación del mismo, como consecuencia de su esfuerzo, eficacia para resolver problemas, proactividad, imaginación, actitud, interés y capacidad de trabajo en equipo. Esta calificación ponderará un 20% sobre la calificación final y no es revisable. El tutor dispondrá también como elemento para su calificación de las encuestas 360ºrealizada entre los miembros del grupo.

Las visitas a las empresas no son curriculares y por tanto no son obligatorias. Si un grupo de trabajo opta por realizar una visita a la empresa de su proyecto, y su tutor comunica a ICEX-CECO el nombre de los alumnos que han asistido, no se les computará la falta de asistencia, pero el contenido de la clase perdida no será posible recuperarlo.

PROFESORADO

Profesor responsable

Centenera Ulecia, Jesús

Doctor en Historia contemporánea.

Profesor Doctor.

ESIC university.

Llamazares García-Lomas, Olegario

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.

Director de Global Marketing Strategies SL.

Global Marketing Strategies SL - Madrd.

Profesorado

Profesor Responsable de la asignatura

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Para las tutorías de análisis financiero

- Material didáctico en la plataforma virtual, en la fase I online.
- Notas técnicas ofrecidas y casos analizados en la fase I presencial.
- Meigs, Williams, Haka, Bettner "Contabilidad: La base para las decisiones gerenciales" Editorial Irwin Mac Graw Hill.
- Harrison & Horngren "Financial Accounting". Editorial Prentice Hall- Pearson Education.
- Plan General Contable (nueva legislación de noviembre 2007)
- Seco Benedicto, Maite "Guía sobre el Nuevo Plan Contable de las PYME", editado por DGPYME. Se puede obtener en la página web de DGPYME.
- Nota técnica sobre planificación financiera a largo plazo.
- Modelo de planificación financiera a largo plazo en el epígrafe 11.5 de Pasaporte al Exterior, del ICEX.

Para las tutorías de negocios *on-line*

- Nieto, Ana: "La web de empresa 2.0", editado por Global Marketing Strategies
- Rosales, Pere: "Estrategia Digital (Marketing y Ventas)", editado por Deusto.
- Gosende, Javier y Maciá, Fernando: "Marketing online, estrategias para ganar clientes", editado por Anaya.