

Estrategia avanzada: casos de empresas internacionalizadas

**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

Se plantean casos de ocho empresas españolas para analizar sus estrategias de internacionalización.

Título asignatura

Estrategia avanzada: casos de empresas internacionalizadas

Código asignatura

102790

Curso académico

2025-26

Planes donde se imparte

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

Créditos ECTS

3

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Anual

Idioma

Español/inglés

CONTENIDOS

Contenidos

FASE I / TRIMESTRE I: Análisis de perfiles de compañías, de sus sectores, y estudio de líneas estratégicas internacionales.

CASO 1: NH Hoteles.

CASO 2: AENOR. En este caso contaremos con la presencia de un directivo de la compañía.

FASE II /TRIMESTRE II: Análisis de perfiles de compañías, de sus sectores y estudio de líneas estratégicas internacionales.

CASO 3. Pharmamar. En este caso contaremos con la presencia de un directivo de la compañía.

CASO 4: Acerinox. En este caso contaremos con la presencia de un directivo de la compañía.

FASE III/TRIMESTRE III: Análisis de perfiles de compañías, de sus sectores, estudio de líneas estratégicas internacionales.

CASO 5: IDOM. En este caso contaremos con la presencia de un directivo de la compañía.

CASO 6: TELEFÓNICA. . . En este caso contaremos con la presencia de un directivo de la compañía.

CASO 7: .Bodegas Torres En este caso contaremos con la presencia de un directivo de la compañía.

CASO 8: Mapfre.

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.

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

CO11 - Aprender a valorar los riesgos de las empresas al abordar proyectos internacionales complejos, así como conocer algunos aspectos esenciales que determinan el éxito o el fracaso de los proyectos.

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.

H2 - 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.

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.

H4 - Aplicar el procedimiento adecuado a la consecución de un objetivo empresarial de ámbito internacional.

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.

H9 - Gestionar un proyecto de internacionalización empresarial y asumir responsabilidades directivas.

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.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

Denominación	Horas	% presencial
AF2 Clases prácticas	23	100
AF4 Tutorías	2	100
AF5 Trabajo autónomo del estudiante	50	0

Metodologías docentes

Se proporcionará a cada alumno un dossier con documentación acerca de la compañía. Esta documentación podrá constar bien de publicaciones, bien de documentación pública de la compañía, o bien de casos de estrategia elaborados.

Cada alumno deberá realizar un análisis personal de la información proporcionada, y extraer algunas conclusiones acerca de los temas que sean sugeridos en cada caso.

Se llevará a cabo, para cada caso, en cada grupo, una sesión de trabajo de 1,5 horas de duración en la que se realizarán las siguientes tareas:

- un análisis del perfil de la compañía,
- un análisis de la situación del sector,
- y una reflexión acerca de las principales líneas estratégicas seguidas por la compañía, de acuerdo con las condiciones existentes.

En algunos casos, un directivo de la empresa analizada realizará después una presentación a todos los grupos en la que proporcionará una perspectiva interna de aquellos asuntos que hayan sido más relevantes desde el punto de vista de la estrategia de la compañía en los últimos años. La presencia de altos directivos de las empresas analizadas representa una oportunidad inmejorable para plantear todas aquellas dudas que puedan surgir tanto durante el trabajo personal de cada uno, como durante las sesiones preparatorias de cada uno de los casos. Obviamente, la asistencia a dichas sesiones plenarias es esencial para el aprovechamiento didáctico de los casos en los que sea posible esta presencia de altos directivos.

Para obtener el mayor rendimiento posible de cada una de las sesiones es imprescindible la participación de los alumnos. Para conseguir este objetivo, será necesaria la realización un trabajo previo de lectura a fondo y análisis de la documentación proporcionada.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

Antes del comienzo de cada clase habrá que rellenar un breve test con preguntas sencillas para medir el nivel de conocimiento del caso que se vaya a desarrollar. El resultado de estos test supondrá un 10% de la nota final.

Al comienzo de cada sesión, el profesor podrá invitar a alguno o a algunos de los alumnos a hacer una presentación del caso ante sus compañeros.

Tras el último caso del curso, en un examen serán planteadas una serie de preguntas acerca de los casos analizados a lo largo de la asignatura y de las diferentes estrategias de internacionalización según el entorno genérico de cada sector de actividad. Este examen proporcionará el 80% de la nota final correspondiente a la asignatura. El examen contendrá 12 preguntas tipo test, que proporcionarán como máximo 6 puntos de la calificación final del mismo, medio punto como máximo cada una. Adicionalmente, el examen contendrá una pregunta abierta con varios apartados que supondrán como máximo los 4 puntos restantes.

El espacio para la contestación de esta pregunta estará limitado.

Adicionalmente, dependiendo del nivel de participación y acierto de las intervenciones durante las sesiones del curso, la nota final podrá ser incrementada hasta en un 10% o disminuida en hasta un 10%.

En las convocatorias 2ª y siguientes, la calificación dependerá de la/s prueba/s (escritas tipo test, tipo ensayo, trabajos, pruebas orales, etc.) que serán determinadas por los docentes y comunicadas con antelación suficiente al alumnado.

PROFESORADO

Profesor responsable

Mata Fernández-Balbuena, Gustavo Emilio

Doctor Ingeniero Industrial, Máster en Ingeniería Química, Máster en Ingeniería Metalúrgica (UPM).

Profesor Coordinador de la Asignatura Estrategia Avanzada. Casos de empresas internacionalizadas.

ICEX CECO

Profesorado

Vidal Lucena, Gonzalo

Asesor Patrimonial, Agente Financiero y Gestor de Patrimonios.

INVERDIS BANCO

Esteban Sánchez, Óscar

Licenciado en CC Químicas especialidad ingeniería química.

CEO.

New Delhi (India).

de Pastors Pérez, David

Licenciado en Ciencias Económicas U. Complutense de Madrid/ MBA Internacional EOI / PDG IESE.

Director General AENOR Conformidad.

AENOR.

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Se proporcionará una documentación complementaria de actualización de cada caso con antelación suficiente que será también de lectura obligatoria