Exportaciones de franquicias

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 módulo abordará la estrategia de negocio, la valoración de los mercados para la expansión, así como los compromisos que adquieren las partes en derechos y obligaciones.

Título asignatura

Exportaciones de franquicias

Código asignatura

102815

Curso académico

2025-26

Planes donde se imparte

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

Créditos ECTS

1

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Español/inglés

CONTENIDOS

Contenidos

1ª y 2ª sesión: La franquicia: una fórmula de crecimiento empresarial.

• Surgimiento de la franquicia moderna en los Estados Unidos.

• Visión del franquiciador:
- o Creación de la franquicia desde un modelo de éxito.
- o Expansión y estrategia en el mercado de origen.
- o Rentabilidad de la franquicia.
- o Relación jurídica franquiciador – franquiciado.

• Presentación de casos prácticos.

3ª sesión: La internacionalización de la franquicia española.

• Fórmulas de internacionalización.

• Crecimiento orgánico.

• Crecimiento en franquicia/ área developer/ Máster franquicia.

• Creación de una franquicia en el extranjero.

4ª y 5ª sesión: El reto de la internacionalización en franquicia.

• Casos prácticos por grupos.
- o Presentación de casos por los grupos

• Mercados internacionales.
- o La franquicia en Europa
- o La franquicia en América Latina
- o La franquicia en Asia
- o La franquicia en África

6ª sesión: Experiencias de franquicias españolas en el mercado internacional.

• Estrategias de éxito y fracaso

• Franquicia de alimentos / bebidas

• Franquicia de moda

• Franquicia de servicios.

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.

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.

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.

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.

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.

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

La asignatura estará basada en el análisis y presentación de los distintos apartados teóricos con clases presenciales, con la presencia de profesionales del sector, apoyada en el análisis de casos de éxito de franquicias españolas, material audiovisual y debates y discusión personal con el profesor, con apoyo de ponentes especializados en exportación de franquicias. Se analizarán casos de empresas internacionalizadas que permitirá profundizar en muchos de los aspectos teóricos desarrollados.

Los contenidos están actualizados anualmente y contemplan las novedades hasta el mismo momento el inicio del curso.

Resultados de aprendizaje

• Conocer la franquicia como modelo de estrategia empresarial para el crecimiento de las empresas en mercados internacionales y su forma de financiación.

• Analizar la negociación con el inversor local (franquiciado o máster franquiciado) como elemento necesario para cumplir el objetivo de exportación al mercado de destino.

• Poner en práctica la estrategia necesaria atendiendo a dos mercados diferentes: el mercado del producto o servicio a exportar y el mercado de inversores en franquicia y Máster franquicia.

• Conocer las relaciones jurídicas que suponen la cesión de la marca y el saber hacer a un tercero, las medidas de protección de los derechos de propiedad industrial e intelectual, fórmulas de control del buen uso de la marca, etcétera.

• Aprovechar tanto los canales tradicionales de comunicación y publicidad como las nuevas herramientas de marketing digital (franquicia 2.0) para estudiar la internacionalización de la franquicia.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

La calificación final del alumno en su convocatoria ordinaria se determinará en base a dos conceptos: el examen final por un lado y, por otro, su participación en trabajos durante las sesiones y las aportaciones voluntarias del estudiante durante la enseñanza de la asignatura.

El examen final será una combinación de preguntas de opción múltiple y dos preguntas abiertas. Habrá 20 preguntas de opción múltiple, cada una con cuatro respuestas posibles, pero solo una única respuesta válida. La duración estimada será de 45 minutos, como máximo.

Trabajos durante las sesiones: Los alumnos recibirán información en PDF a través del campus virtual sobre la internacionalización de las franquicias para trabajar antes y durante las sesiones. El trabajo del alumno se enviará al profesor después de las sesiones (la fecha y la forma de envío bien a través del campus o por correo electrónico será confirmada por el profesor). En todo caso, aunque exista un envío por correo electrónico, el trabajo deberá quedar obligatoriamente subido al campus virtual.
La puntuación final tendrá en cuenta los siguientes resultados:

• El examen final representará el 60% de la calificación final.
• El test tendrá un valor máximo de 10 puntos.
• Las dos preguntas abiertas tendrán, igualmente, una puntuación máxima de 10.
• En las preguntas tipo test, las respuestas correctas tendrán una valoración de 0.50 puntos, las respuestas en blanco, cero puntos, y las respuestas erróneas restarán 0.10 puntos.
• Los trabajos durante las sesiones se evaluarán con un puntaje máximo de 10. Su resultado será el 40% de la calificación final
• El alumno deberá alcanzar en el examen final, una nota mínima de 3,5 puntos para que el resto de las pruebas o trabajos pesen en la nota final.

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 y de la información aportada por los ponentes que participen en el módulo. No obstante, algunas podrán exigir un esfuerzo personal de reflexión por parte del alumno y la aplicación de su propio criterio.

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

Luque Albarracín, Enrique

Licenciado en Derecho. Máster en Gestión Pública. Máster en Unión Europea

Profesor MBA módulo Esportación de Franquicias y Tutor de Proyectos TFM

ICEX

Profesorado

Profesor Responsable de la asignatura

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

• Consulta a los informes sobre franquicia por país que elabora ICEX (www.icex.es).

• Consulta a los informes sobre franquicia por país que elabora IFA (http://franchise.org).

• Webs de consulta: www.franquiciadores.com

• Redes sociales:

• Grupos de profesionales internacionales en Linkedin: Franchising in Spain. Franchise Forum (http://www.linkedin.com/groups?mostPopular=&gid=1816873)

• La franquicia en Latinoamérica

•
(http://www.linkedin.com/groupInvitation?groupID=2418324&sharedKey=0AFC5A3CEAFA

• Bibliografía:

o El Contrato de Máster Franquicia. Jaume Martí Miravalles. Editado por Aranzadi.

o Máster Franchising. Carl E. Zwisler. Editado por CCH Incorpored. Chicago USA.

o La Franquicia. Carlos Terrazas. Comentarios Jurídicos y Normativa. Editado por Selina Olmedo. Madrid.

o Manual de Contabilidad de Gestión para Empresas Franquiciadoras y de Retail. Pilar Soldevila y Magdalena Corobes. Editado por Profit. Barcelona.

o El Contrato de Franquicia Internacional. Alfonso Ortega Giménez. Editado por ICEX. Madrid

o The New Rules of Marketing & PR. How to use social media. David Meerman Scott. Editado por Wiley. USA.