



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección Internacional da Empresa

| | | | | |
|-----------------------|--|--------------|------------|--------------------|
| Materia | Dirección Internacional da Empresa | | | |
| Código | V06M101V03107 | | | |
| Titulación | Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial | | | |
| Descritores | Creditos ECTS 4.5 | Sinale OB | Curso 1 | Cuadrimestre 1c |
| Lingua de impartición | Castelán Galego Inglés | | | |
| Departamento | Dpto. Externo Organización de empresas e márketing | | | |
| Coordinador/a | Cabanelas Lorenzo, Pablo | | | |
| Profesorado | Cabanelas Lorenzo, Pablo Cabanelas Omil, José Lampón Caride, Jesús Fernando Lloveras Gutiérrez, Javier | | | |
| Correo-e | pcabanelas@uvigo.es | | | |
| Web | http://www.faitic.uvigo.es | | | |
| Descrición xeral | Esta materia ofrece unha introducción ás características diferenciais que posúe a dirección de empresas nun mundo fortemente internacionalizado. Pretende asentar conceptos, metodoloxías e aspectos clave na adaptación a unha nova realidade. Asemade, pretende reflexionar sobre diferentes mercados e como a súa realidade inflúe directamente na forma de facer negocios. | | | |

Competencias

| | |
|--------|--|
| Código | |
| A2 | Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo. |
| B5 | Traballar en equipo. |
| C3 | Coñecemento das técnicas de dirección e xestión comercial nun contexto global, dos diferentes mercados, e das relacións e estratexias económicas de carácter internacional. |
| C4 | Coñecemento das técnicas de venda, estratexias, produtos, marcas e comunicación nos mercados internacionais. |
| C23 | Planificación e realización dun proxecto integrado de internacionalización. |

Resultados de aprendizaxe

| | |
|---|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| Coñecer os principais mercados, así como identificar os mercados potenciais, as súas características, os seus recursos, as súas capacidades, así como ás oportunidades de negocio que teñen asociadas | A2 B5 C3 C4 C23 |

Contidos

| | |
|--|---|
| Tema | |
| Introdución: Oportunidades e Potencialidades do Comercio Internacional | 1. Introdución. 2. Por que a internacionalización? |

| | |
|--|---|
| A función directiva e a planificación estratéxica | 1. Crise actual e a internacionalización. 2. A internacionalización da empresa. 3. Claves para o éxito. |
| A internacionalización da empresa | 1. A importancia da marca país. 2. O posicionamento no exterior. 3. Estratexia integrada para a internacionalización da empresa. |
| Habilidades directivas nos mercados internacionais | 1. Concetos previos. 2. Tipificación de empresas e estilos de dirección. |
| A contorna internacional dos negocios | 1. O contorno no marketing internacional. 2. Análise PESTEL. |
| O plan de internacionalización | 1. Actitude e orientación directiva. 2. Proceso de decisión de internacionalización. 3. Plan operativo: estratexias e tácticas para a internacionalización. |
| Investigación de Mercados Internacionais | 1. Introducción 2. Metodoloxía para a avaliación e análise de mercados 3. Investigación de mercados exteriores |
| Mercados no mundo | UE, EEUU, China, Brasil, entre outros. |

Planificación

| | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|---|---------------|--------------------|--------------|
| Lección maxistral | 3 | 3 | 6 |
| Debate | 13 | 20 | 33 |
| Estudo de casos | 16 | 16 | 32 |
| Resolución de problemas e/ou exercicios | 1 | 16 | 17 |
| Exame de preguntas obxectivas | 1 | 15 | 16 |
| Traballo | 0 | 8.5 | 8.5 |

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

| | Descrición |
|-------------------|--|
| Lección maxistral | Exposición por parte do profesor das leccións de acordo coa planificación do curso. Inclúe preguntas, debate e intercambio de opinión. |
| Debate | Foros de discusión e debate no que os estudantes terán que expor a súa consideración razoada sobre os temas expostos polo profesor. |
| Estudo de casos | Formulación de casos reais de empresas internacionalizadas sobre os que han responder os estudantes de forma individual ou en grupo. |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|-----------------|--|
| Estudo de casos | Resposta a dúbidas específicas que xurdan á hora de resolver o caso. |
| Probas | Descrición |
| Traballo | Atención a cuestións xurdidas en proxectos colaborativos. |

Avaliación

| | Descrición | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---|---|---------------|---------------------------------------|
| Lección maxistral | Asistencia, actitude, participación nas clases. | 0 | C3 |
| Debate | Reflexión e debate sobre os temas propostos polo profesor. | 20 | A2 C3 C4 C23 |
| Estudo de casos | Resolución de casos de estudo a partir das pautas expostas en clase. | 25 | A2 B5 C3 C4 C23 |
| Resolución de problemas e/ou exercicios | Proba sobre comprensión, coñecemento e aplicación de conceptos. | 5 | A2 C3 C4 C23 |
| Exame de preguntas obxectivas | Probas de pregunta tipo test para comprobar os coñecementos adquiridos. | 35 | C3 C4 C23 |
| Traballo | Realización dun traballo asociado á internacionalización da empresa. | 15 | B5 C3 C4 C23 |

Outros comentarios sobre a Avaliación

Alumnos Versión Non Presencial|

As probas tipo test teñen a mesma valoración. O resto de valoracións corresponderán aos foros ou outras actividades expostas polo coordinador da materia.

Para superar a materia deberán entregar todas as actividades expostas.

De non ser así a cualificación figurará como non presentado (se non entrega o 20% das actividades) ou suspenso (se supera o 20% de entregables). No espazo de Moovi disporán da información requirida.

Convocatoria de xullo

Será necesario entregar todas as actividades solicitadas no curso así como atender unha proba que se poderá responder en Moovi.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Cavusgil, T.S., Knight, G., Riesenberger, J., **International Business: The New Realities**, Pearson Prentice Hall, 2014

Bibliografía Complementaria

Cerviño, J., **Marketing internacional : nuevas perspectivas para un mercado globalizado**, Pirámide, 2006

Daniels, J., **International business: environments & operations**, Pearson, 2018

Cavusgil, S.T., Knight, G., Riesenberger, J.R., **International business: the new realities**, 4ª, Pearson, 2017

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Márketing Internacional/V06M101V03202
