



Universidad
de Alcalá

GUÍA DOCENTE

ECONOMÍA Y PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

**Grado en Economía y Negocios
Internacionales
Universidad de Alcalá**

Curso Académico 2019/2020
2º Curso – 2º Cuatrimestre

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	Economía y Procesos de Internacionalización
Código:	361002
Titulación en la que se imparte:	Grado en Economía y Negocios Internacionales
Departamento:	Departamento de Economía
Área de Conocimiento:	Área de Economía Aplicada
Carácter:	Materia Básica
Créditos ECTS	6
Curso y cuatrimestre:	2º Curso / 2º Cuatrimestre
Profesorado:	Prof. Álvaro Antonio Martín Rodríguez
Responsable Unidad Docente:	Dr. Álvaro Anchuelo
Horario de Tutoría:	Se informará a los alumnos al comienzo de curso.
Idioma en el que se imparte:	Español

1.a. PRESENTACIÓN

La actual integración de mercados de todo tipo y la creciente globalización de la economía hace que la internacionalización tanto de las empresas como de los países resulte un proceso irreversible que exige una formación específica que permita enfrentarse con garantías a esta situación. Más aún si tenemos presente que este proceso de internacionalización afecta a entidades de dimensiones pequeñas y grandes.

El programa de la asignatura está concebido para dar a conocer al alumno, de un modo teórico y práctico, las técnicas y metodología de trabajo necesarias para el desarrollo de los departamentos de las empresas y de las instituciones públicas que tienen que ver con la internacionalización.

Se trata de la primera asignatura del currículo del Grado en Economía y Negocios Internacionales en el que se aborda un conjunto de cuestiones que tienen que ver con la internacionalización integrando en este concepto, por una parte, las tradicionales técnicas de exportación, por otra, las inversiones internacionales y por otra, finalmente, los enfoques globales.

Prerrequisitos y Recomendaciones (si es pertinente)

Se recomienda al alumno la adquisición previa de conocimientos básicos sobre economía mundial y economía de la empresa.

1.b. PRESENTATION

Current market integration and the growing global economy mean that internationalisation, both in terms of businesses and countries, proves to be an unalterable process which requires specific training in order to be able to confront the situation successfully. This is even more relevant if we take into account that this process of internationalisation affects both small and large organisations.

The programme for this subject has been designed to inform the student, in a theoretical and practical manner, of the techniques and methods in the workplace necessary to develop those departments within business and public institutions which are somehow related to internationalisation.

This is the first subject within the curriculum for the Bachelor's Degree in Economics and International Business which looks at a range of issues related to internationalisation: firstly, traditional exportation techniques, secondly, international investments and, finally, global perspectives.

Prerequisites and Recommendations (where relevant)

It is recommended that the student acquires previous knowledge of the basics of world and business economics.

2. COMPETENCIAS

Competencias genéricas:

1. Desarrollo de habilidades para la búsqueda de información de mercados, productos y servicios y selección de la documentación que pueda obtenerse en las bases de datos.
2. Desarrollo de la capacidad de lectura comprensiva y del análisis y síntesis de las informaciones tras un proceso de conocimiento de las fuentes.
3. Desarrollo de iniciativas conducentes a presentar ante diversos decisores los aspectos que más se ajusten a los requerimientos de empresas, Estado, etc.
4. Estimular y mejorar la comunicación oral y escrita (informes, conferencias, etc.) para diferentes públicos.

5. Preparación para actuaciones en instituciones internacionales con sus especiales características (Capacidad para desarrollar, trabajar en equipo, etc.)

Competencias específicas:

1. Ser capaces de elaborar una propuesta de internacionalización para una empresa determinada.
2. Iniciar la formación en las materias profesionales requeridas por las operaciones de importación y exportación.
3. Capacidad para entender el alcance de los negocios internacionales y de esa forma, poder solucionar los problemas y desafíos que comportan.
4. Comprender y utilizar la operativa particular de las operaciones internacionales.
5. Ser capaces de seleccionar los medios de pago y financiación utilizados en las operaciones exteriores
6. Iniciar la aplicación operativa de los diferentes instrumentos relacionados con la logística internacional, el despacho aduanero, los medios de pago internacionales y la regulación de las operaciones de compraventa y de las inversiones.

3. CONTENIDOS

Bloques de contenido (se pueden especificar los temas si se considera necesario)	Total de clases, créditos u horas
I. Mercados exteriores y estrategias de internacionalización	• 2 ECTS
II. Elementos técnicos de las operaciones de importación y exportación	• 2 ECTS
III. Oferta Comercial Internacional	• 1.5 ECTS
IV. Inversión Internacional	• 0.5 ECTS

Cronograma (Optativo)

Semana / Sesión	Contenido
01 ^a	<ul style="list-style-type: none"> La internacionalización de las actividades económicas
02 ^a	<ul style="list-style-type: none"> La oferta exportable
03 ^a	<ul style="list-style-type: none"> El estudio de los mercados exteriores
04 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Formas de entrada en mercados exteriores
05 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Elementos técnicos (I): Contratos Internacionales
06 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Elementos técnicos (II): Logística
07 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Elementos técnicos (III): Medios de pago
08 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Elementos técnicos (IV): Las aduanas
09 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Marketing internacional: Producto, Distribución, etc.
10 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Organización y gestión de la importación/exportación
11 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Intervenciones públicas de apoyo a la exportación
12 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Negociación Internacional
13 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Inversiones directas en el exterior y otras formas de internacionalización
14 ^a	<ul style="list-style-type: none"> Las empresas multinacionales y globales.

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.-ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

Número de horas presenciales: 48	Clases teóricas: 22,5 Clases prácticas: 22,5 Examen final: 3
Número de horas del trabajo propio del estudiante: 102	Trabajo autónomo: 98 Tutorías ECTS: 4
Total horas: 150	

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

<p>- La Metodología de Enseñanza-Aprendizaje persigue un aprendizaje significativo y relevante basándose para ello en unas Cápsulas de Contenidos Relevantes (CCR)</p>	<p>Cada unidad didáctica va acompañada de una Cápsula de la que dispondrá el alumno en la que se presentan: descripción de los objetivos a alcanzar, un resumen de contenidos, un glosario de términos esenciales, un grupo de FAQ's o preguntas frecuentes con respuesta y una serie de links relacionados con el tema así como los recursos bibliográficos correspondientes.</p>
<p>- Exposición de planteamientos y conceptos teóricos básicos contenidos en cada cápsula</p>	<p>En las cápsulas se incluyen resúmenes de contenidos que permiten en las clases una ampliación destinada a la explicación y el análisis</p>
<p>- Análisis y reflexión participativa sobre los contenidos aplicándolos a casos reales</p>	<p>Utilización del glosario y las FAQ's para comprobar la comprensión y aplicación de todos los conceptos relevantes en cada unidad didáctica</p>
<p>- Elaboración y exposición de trabajos: Un trabajo por bloque temático.</p>	<p>I.- Búsqueda de información II.- Caracterización de los mercados exteriores III.- Organización de una operación de compra/venta en el exterior IV.- Formas de presencia de una entidad vía exportaciones</p>
<p>- Lectura de diversos materiales que deberán trabajarse a lo largo del curso:</p>	<p>- Memorias de empresas - Estadísticas de Instituciones Públicas: Cámaras de Comercio, Institutos de Comercio Exterior español y extranjeros, Oficinas Comerciales en el exterior, etc. - Estudios de Organismos Internacionales - Artículos de prensa</p>
<p>- Análisis de material multimedia:</p>	<p>- Utilización de videos temáticos elaborados por la Organización Mundial del Comercio, del Fondo Monetario Internacional y otras instituciones con objetivos didácticos</p>
<p>- Uso y gestión de la información:</p>	<p>- Se colaborará con los profesionales del CRAI-Biblioteca para que los estudiantes realicen una actividad que desarrolle las competencias informacionales en el uso y gestión de la información</p>

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación¹

Criterios de evaluación

En relación con el contenido y estudio:

- Comprende los conceptos básicos y los sabe aplicar
- Relaciona los diferentes conocimientos
- Resuelve adecuadamente los casos, ejercicios y actividades
- Sintetiza las ideas y plantea un razonamiento coherente en los informes y trabajos
- Sabe trabajar en equipo animando y motivando a los miembros del mismo
- Presenta con fluidez sus trabajos, argumentando desde una perspectiva técnica.
- Realiza aportaciones originales
- Capacidad de respuesta a los valores preconizados por el alumno

En relación con los trabajos de investigación:

Se utilizan los siguientes criterios:

- 1) adecuación de las referencias bibliográficas y/o otras al proyecto
- 2) según el análisis propio de cada alumno, la síntesis de las informaciones obtenidas y la originalidad.
- 3) la calidad de la estructura y formato de la presentación.

Criterios de calificación

El estudiante deberá elegir y comunicar al profesor que imparte la asignatura pasados 15 días del inicio del curso el tipo de evaluación por el que ha optado.

Tipos de evaluación:

Evaluación continua

Evaluación final

Si el estudiante no comunica nada se entiende está en evaluación continua.

Evaluación continua

El 100% de la calificación se obtendrá a través de un sistema de evaluación continua que tendrá en cuenta los siguientes elementos:

Participación en clase: Activa, ordenada y de calidad (10%)

Elaboración de 3 trabajos: Uno por cada bloque temático (90%)

Para superar esta asignatura por evaluación continua se deberá obtener una puntuación mínima de 5 puntos.

Evaluación final

Convocatoria ordinaria

Los alumnos que hayan elegido esta opción habrán de realizar una prueba escrita que consistirá en el desarrollo de varias cuestiones de carácter general sobre cada uno de los bloques del programa. Este examen comprenderá el 100% de la calificación final.

¹ Es importante señalar los procedimientos de evaluación: por ejemplo evaluación continua, final, autoevaluación, co-evaluación. Instrumentos y evidencias: trabajos, actividades. Criterios o indicadores que se van a valorar en relación a las competencias: dominio de conocimientos conceptuales, aplicación, transferencia conocimientos. Para el sistema de calificación hay que recordar la **Normativa del Consejo de Gobierno del 16 de Julio de 2009**: la calificación de la evaluación continua representará, **al menos, el 60%**. Se puede elevar este % en la guía.

Convocatoria extraordinaria

Los alumnos que no hayan superado la asignatura en evaluación continua o en la convocatoria ordinaria realizarán un examen final que constituirá el 100% de su calificación. Este examen consistirá en el desarrollo de varias cuestiones de carácter general sobre cada uno de los bloques del programa.

Advertencia:

El sistema de evaluación continua se adecuará a los recursos docentes y al número de alumnos por grupo, y será comunicado oportunamente al inicio de clases.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica sobre exportación e importación

En español:

- ICEX (2005): *Estrategia y Gestión del Comercio Exterior*.
- Díaz Mier, M.A. y Hernando Moreno, J. M. (2001): *Técnicas de Comercio Exterior*, Ed. Pirámide.
- Moreno Gormaz, J.E. (2008): *Guía Teórica y Práctica del Comercio Exterior*. Ed. Dikynson.

En inglés:

- Albaum, G; Strandskov, J. y Duerr, E. (2016): *International Marketing and Export Management*, Ed. Pearson, 8º edición.
- Cateora, P.R.; Gilly, M.C. y Graham, J.L. (2014): *Marketing Internacional*, Ed. McGraw Hill, 16º edición.

Bibliografía Básica sobre otras materias

En español:

- Arteaga Ortiz, J. (Coord.) (2017): *Manual de Internacionalización*, Ed. ICEX-CECO.
- Durán Herrera, J.J. y Gallardo Olmedo, F. (2013): *Finanzas internacionales para la empresa*, capítulos 1 y 2, Ed. Pirámide.
- García, G. (2012): *Cómo realizar negocios internacionales*, Madrid: Ed. Pirámide
- Díaz Mier, M.A. (2003): *Negocios Internacionales: Introducción*, Ed. Pirámide.

En inglés:

- Welch, L.; Benito, G; Petersen, B. (2017): *Foreign Operations Methods*, Ed. EE.
- World Bank (2013): *Doing Business* (Disponible en internet)
- Dunnig, J. y Lundan, S. (2008): *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Ed. Edward Elgar.

Bibliografía Complementaria

- Sobre puntos específicos del programa de comercio exterior existen unas magníficas colecciones del Instituto Español de Comercio Exterior, Cámaras de Comercio Españolas, etc. así como de la editorial ESIC.

- En inglés merecen citarse los “Principles of Export”, serie de trabajos sobre aspectos específicos de la exportación realizados por el “Institute of Export”, Ed. Blackwell.