



## FICHA IDENTIFICATIVA

### DATOS DE LA ASIGNATURA

**Código:** 43726

**Nombre:** Estrategias de empresas internacionales

**Ciclo:** Máster Universitario Oficial

**Créditos ECTS:** 6

**Curso académico:** 2026-27

### TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2166 - Máster Universit. en Internacion. Económica: Gestión Comercio Internacional	Facultat d'Economia	1	Segundo cuatrimestre

### MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2166 - Máster Universit. en Internacion. Económica: Gestión Comercio Internacional	Estrategia de la empresa	OBLIGATORIA

### COORDINACIÓN

SAFON CANO VICENTE

## RESUMEN

El objetivo general de la asignatura consiste en introducir y familiarizar al alumno con los conocimientos necesarios para definir las opciones estratégicas a utilizar por la empresa en el marco de la Dirección Estratégica y en el actual entorno socio-económico, en el que la turbulencia y la globalización se han convertido en rasgos característicos. Además, el alumno debe comprender los conceptos que están en la base de esta materia objeto de estudio, así como las decisiones relativas a dichas opciones en la realidad empresarial actual.

sarial actual.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

### RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

### OTROS TIPOS DE REQUISITOS



## COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 2166 - Máster Universit. en Internacion. Económica: Gestión Comercio Internacional

Articular de forma sólida argumentos críticos con las posiciones defendidas por los compañeros de actividad o los posibles socios en los negocios, a la par que desarrollar la autocrítica respecto a los propios posicionamientos.

Asumir responsabilidades técnicas y directivas en el organigrama de una empresa con proyección internacional, así como en la estructura de organismos públicos cuyo objeto es apoyar la internacionalización de las empresas.

Desarrollar la capacidad de trabajar en equipo, respondiendo a situaciones problemáticas de manera colectiva.

Desarrollar la capacidad de trabajar en equipo, respondiendo a situaciones problemáticas de manera colectiva.

Desarrollar las capacidades de análisis y síntesis precisas para abordar problemas complejos.

Desarrollar un conocimiento suficiente y un empleo efectivo de las fuentes estadísticas y documentales necesarias para sustentar las propuestas efectuadas.

Diseñar programas de adaptación de las prácticas de negocio a países distintos del propio.

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

Que los/las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Saber aplicar los conocimientos adquiridos y ser capaces de resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el comercio internacional y la integración económica

Seleccionar y gestionar las vías de acceso a los mercados exteriores, y establecer los mecanismos de control pertinentes sobre la estrategia de internacionalización elegida.



## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. Tema 1. Diseño de la Estrategia Empresarial

1. Dirección Estratégica y Estrategia de Empresa
2. Marco para el diseño de Estrategias.
3. Evaluación de la estrategia,

### 2. Tema 2. Estrategias supervivencia.

1. Concepto de crisis.
2. Tipos, grado e indicadores de crisis.
3. Estrategias de supervivencia y de abandono.
4. El proceso de reflotamiento.

### 3. Tema 3. Especialización vs. Diversificación Estratégica

1. Especialización vs. Diversificación
2. La estrategia de especialización
3. La estrategia de diversificación

### 4. Tema 4. Internacionalización

1. Decisión sobre el ámbito geográfico de actuación
2. La estrategia de internacionalización
3. Modalidades y proceso de internacionalización
4. Tipos de estrategias internacionales

### 5. Tema 5. Modalidades de Desarrollo Estratégico

1. Decisión sobre la modalidad de desarrollo
2. Fusiones y adquisiciones
3. Alianzas estratégicas

### 6. Tema 6. Estrategias Competitivas

1. Argumento competitivo y ventaja competitiva
2. Las estrategias competitivas genéricas
3. El modelo del Reloj de la Estrategia



## VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

### ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Tutorías	6,00
Trabajo en grupo	10,00
Teoría	40,00
Otras actividades	4,00
<b>Total horas</b>	<b>60,00</b>

### ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
<b>Total horas</b>	<b>0,00</b>

## METODOLOGÍA DOCENTE

El desarrollo de esta asignatura es semestral, impartida en una sesión semanal. En la primera parte de la sesión (50% del tiempo), el profesor/a desarrollará los principales conceptos teóricos recogidos en el programa analítico que se detalla en esta guía docente mediante el modelo de lección magistral. Además, en las sesiones teóricas se utilizará el modelo participativo, fomentando y valorando la participación del alumno, que previamente habrá debido preparar los contenidos de cada una de las sesiones a partir de las referencias bibliográficas recomendadas. En la segunda parte de la sesión, se incentivará el modelo investigador, de manera que el alumno analizará, preparará, desarrollará y presentará, en los términos y fechas que el profesor indique, los ejercicios y casos prácticos propuestos.

s y casos prácticos propuestos.p>

## EVALUACIÓN

En el sistema de evaluación de esta asignatura se considerarán dos partes. Una primera parte, cuya valoración global será del 60% de la calificación final de la asignatura, que se realizará por medio de un examen escrito sobre los contenidos teóricos y prácticos del programa. Deberá superarse la calificación de 5 sobre 10 en esta prueba escrita para que pueda adicionarse el resto de la calificación obtenida en la evaluación continua.

Una segunda parte, cuya valoración final será del 40% de la calificación final, y que estará determinada por la evaluación continua de la participación y el trabajo durante las sesiones del curso.

durante las sesiones del curso.



## BIBLIOGRAFÍA

- Bibliografía básica: Johnson, G. et al.: Dirección Estratégica, 7ª Edición, Prentice Hall, Madrid. Versiones posteriores a la 4ª en inglés. Navas, J. E. y Guerras, L. A. (2002 y posteriores): La Dirección estratégica de la Empresa, Teoría y Aplicaciones, Civitas, Madrid.
- Bibliografía complementaria: Al desarrollar los diferentes temas del programa se facilitarán las referencias complementarias y específicas según los diferentes contenidos.