

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

Codi: 43727
Nom: Direcció d'empreses internacionals
Cicle: Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 4
Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2166 - M. U. en Internacionalització Econòmica: Gestió del Comerç Internacional	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2166 - M. U. en Internacionalització Econòmica: Gestió del Comerç Internacional	Direcció de l'empresa	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

PLA BARBER JOSE

RESUM

Aquest curs examina el fenomen de l'empresa internacional i la seua direcció, proporcionant a l'estudiantat ferramentes conceptuals clau per a comprendre i operar eficaçment en l'entorn global. Mitjançant el desenvolupament d'una visió estratègica, l'estudiantat aprendrà a alinear els requeriments del dinàmic entorn global amb les respostes estratègiques i innovadores de les empreses. La innovació empresarial, com a motor d'avantatge competitiu, serà un tema transversal, demostrant la seua rellevància tant en l'adaptació al canvi com en l'expansió internacional.

La Direcció Estratègica actua com el fonament sobre el qual s'articulen les especificitats de la direcció internacional, ressaltant el paper de la innovació en la recerca de solucions als desafiaments globals. En finalitzar el curs, l'estudiantat serà capaç de dissenyar un pla d'internacionalització robust i adaptat a les necessitats contemporànies d'una empresa, incorporant tant estratègies tradicionals com innovadores.

CONEIXEMENTS PREVIS**RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ**



No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

-

Aprehender conocimientos esenciales en ámbitos específicos (derecho, logística, tributación) necesarios para una comprensión global del proceso de internacionalización económica.

Articular de forma sòlida arguments crítics amb les posicions defenses pels companys d'activitat o els possibles socis en els negocis, al mateix temps que desenvolupar l'autocrítica respecte als propis posicionaments.

Assumir responsabilitats tècniques i directives en l'organigrama d'una empresa amb projecció internacional, així com en l'estructura d'organismes públics l'objecte dels quals és donar suport a la internacionalització de les empreses.

Desenvolupar la capacitat de treballar en equip, responent a situacions problemàtiques de manera col·lectiva

Desenvolupar la capacitat de treballar en equip, responent a situacions problemàtiques de manera col·lectiva.

Desenvolupar les capacitats d'anàlisi i de síntesi necessàries per abordar problemes complexos.

Desenvolupar un coneixement suficient i una utilització efectiva de les fonts estadístiques i documentals necessàries per sustentar les propostes efectuades.

Detectar oportunitats i riscos en els mercats internacionals, en particular en les economies emergents.

Dissenyar programes d'adaptació de les pràctiques de negoci a països distints del propi.

Entendre i adaptar-se als distints entorns culturals que caracteritzen cada mercat internacional i als agents que hi operen.

Estimular la capacitat d'adaptació a i la preparació per a l'exercici de l'activitat professional en mitjans culturals diferents del país d'origen.

Obtenir una visió àmplia de les relacions comercials internacionals, enfocant la problemàtica de l'empresa o la institució des d'una perspectiva global.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de



problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

Saber aplicar els coneixements adquirits i ser capaços de resoldre problemes en entorns nous o poc coneguts, dins contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb el comerç internacional i la integració econòmica

Seleccionar i gestionar les vies d'accés als mercats exteriors i establir els mecanismes de control pertinents sobre l'estratègia d'internacionalització triada.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

TEMA 1: LA GLOBALITZACIÓ, DESGLOBALITZACIÓ I COMPETITIVITAT INTERNACIONAL

I. Globalització, desglobalització i competitivitat internacional

- ¿ Quines són les tendències actuals de l'entorn global?
- ¿ Què és una empresa global, un sector global, un país global, una estratègia global?
- ¿ Desglobalització i resiliència de les cadenes de valor
- ¿ Les multinacionals de països emergents
- ¿ El poder de les multilatines
- ¿ Els reptes ètics de la globalització (Global Compact, corrupció, ethics assessment)

TEMA 2: PRIMERS PASSOS EN LA INTERNACIONALITZACIÓ

III. Selecció de mercats

- ¿ Models de selecció de mercats
- ¿ Variables genèriques i específiques

IV. Modalitats d'entrada i procés d'internacionalització

- ¿ L'exportació directa i indirecta. Avantatges i inconvenients
- ¿ Les llicències. Avantatges i inconvenients
- ¿ Aliances i joint ventures. Avantatges i inconvenients
- ¿ Filials i adquisicions. Avantatges i inconvenients
- ¿ Com seleccionar la modalitat adequada? Factors que influeixen en la decisió
- ¿ El procés d'internacionalització: seqüencial o accelerat?

TEMA 3: LA CONSOLIDACIÓ DE L'EMPRESA INTERNACIONAL

V. Estructures organitzatives internacionals

- ¿ Com organitzar l'empresa internacional?
- ¿ Estructures internacionals: de l'organització per funcions a la matricial
- ¿ L'ajust estructura-estratègia



- ¿ Com coordinar i controlar l'activitat de les filials?
- VI. Enfocaments de competència internacional
 - ¿ L'estratègia global
 - ¿ L'estratègia multidomèstica
 - ¿ L'estratègia glo-cal
 - ¿ Ajust estratègia ¿ modes d'entrada ¿ mecanismes

TEMA 4: LES PERSONES EN L'EMPRESA INTERNACIONAL. DIFERÈNCIES CULTURALS

- VII. Diferències culturals entre països
 - ¿ El model de Hofstede
 - ¿ El model de Gesteland
 - ¿ La influència de la cultura en les negociacions internacionals

TEMA 5: LES PERSONES EN L'EMPRESA INTERNACIONAL. ELS EXPATRIATS

- VIII. La gestió d'expatriats
 - ¿ El concepte d'expatriats
 - ¿ El procés d'expatriació
 - ¿ Actituds positives i negatives dels expatriats
 - ¿ L'expatriació a la Xina

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Tutories	3,00
Treball en grup	6,00
Teoria	27,00
Seminari	2,00
Altres activitats	2,00
Total hores	40,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	0,00
Estudi i treball autònom	0,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	0,00

METODOLOGIA DOCENT



El curs combina classes expositives amb l'anàlisi, la discussió i la resolució de casos pràctics. S'espera que l'estudiantat participe activament en el desenvolupament de les sessions, realitzant una lectura crítica dels materials proporcionats i preparant la resolució dels casos de manera rigorosa.

La metodologia del curs segueix una seqüència d'anàlisi de temes i casos en què s'integren tant els coneixements específics impartits en el curs com molts dels conceptes apresos al llarg de la seua formació de postgrau, abastant àrees com ara estratègia, màrqueting, comportament organitzacional, microeconomia, operacions i control.

AVALUACIÓ

L'avaluació consta de dues parts: un examen escrit i l'avaluació contínua.

¿ L'examen constituirà un 60% de la qualificació final, i estarà format per la resolució d'un cas pràctic i 20 preguntes tipus test.

¿ L'avaluació contínua suposarà un 40% de la qualificació final. Este percentatge es reparteix de la manera següent: 10% (assistència i participació), 10% (casos) i 20% (treball final).

BIBLIOGRAFIA

Bàsica

¿ Pla, J. y León, F. (2016). Dirección Internacional de la Empresa, Madrid: McGraw-Hill.

Complementaria

¿ La bibliografia complementària s'aportarà per part del professor per a cadascun dels capítols.