

MÁSTER UNIVERSITARIO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. ASIGNATURA

Nombre: Semana internacional (online)

Tipo de asignatura: Obligatoria

Trimestre: 3º trimestre

Créditos: 3 ECTS

Horas de dedicación del estudiante: 15 (en el aula virtual) / 60 (fuera del aula virtual)

Idioma de docencia: Castellano

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

La Semana Internacional consiste en una actividad práctica que tiene por objeto reproducir de forma real, o simulada, las actividades que habitualmente los dirigentes o gerentes de exportación de las empresas internacionales llevan a cabo para conocer mejor los mercados y sus agentes económicos. Una de las formas en la que se conoce la posibilidad de concentrar en el tiempo los contactos con clientes o proveedores es la que recibe por nombre "misión comercial".

Esta asignatura propone a los participantes que preparen y desarrollen una Misión Comercial por cuenta de una empresa y por encargo expreso de ella. De esta forma, los participantes tendrán oportunidad de comprender e internalizar las condiciones y requisitos para llevar adelante en forma exitosa un encargo real de una empresa en un mercado exterior.

Se entiende que una Misión Comercial busca mejorar la posición internacional de una empresa, relacionando ésta con potenciales clientes, proveedores o socios internacionales. De esta forma, la Misión Comercial es una pieza fundamental para comprender el punto culminante del proceso de internacionalización de una empresa: el primer paso en un nuevo mercado o un avance importante en su expansión internacional.

La Misión Comercial busca que el participante desarrolle un conjunto de tareas, en representación de una empresa, que la ayuden a establecerse en un nuevo mercado. Esta actividad del curso debe al participante la experimentación de las vicisitudes de la información recogida en este documento es a título informativo y puede sufrir modificaciones en las adaptaciones de cada curso académico. La Guía definitiva estará a disposición de los estudiantes matriculados en el entorno virtual antes del inicio de cada asignatura.

un encargo profesional, del desarrollo de una agenda comercial y también de los posibles sinsabores de un destino empresarial en el que no siempre se pueden alcanzar los objetivos previstos.

Para esto será necesario que el participante conozca en profundidad la realidad y las necesidades de la empresa que representa, que defina claramente el encargo de la misma y que realice un análisis del mercado objetivo y de sus potenciales contrapartes

3. CONTENIDOS

La Misión Comercial consta de los siguientes pasos:

- Selección de la empresa
- Definición del encargo de la empresa.
- Análisis previo del producto/servicio, del mercado objetivo y de las necesidades de la empresa en dicho mercado.
- Realización de la Misión Comercial encargada por la empresa.
- Redacción de un informe recopilatorio del desarrollo y los resultados de la Misión Comercial.
- Los resultados económicos, si los hubiere, serán evaluados por la empresa que realice el encargo.

4. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Identificar las fases de internacionalización de una empresa (expansión, internacionalización y racionalización de las actividades).
- Analizar, sintetizar e interpretar los datos y dominar su aplicación en el análisis del potencial de negocio de un país.
- Interpretar la situación actual y futura del entorno económico, jurídico, social y político internacional.
- Reconocer e identificar las fuentes de información y documentación internacional (públicas y privadas) sobre el potencial de negocio de un país y de un sector de actividad económica.
- Evaluar y seleccionar el pool de países con potencial para la internacionalización de la empresa identificando el encaje estratégico de la empresa con la oportunidad que cada uno representa.
- Analizar en profundidad el sector, la competencia, el mercado, el consumidor y la distribución de cada país preseleccionado.
- Diseñar la red logística internacional de apoyo a la internacionalización

La información recogida en este documento es a título informativo y puede sufrir modificaciones en las adaptaciones de cada curso académico. La Guía definitiva estará a disposición de los estudiantes matriculados en el entorno virtual antes del inicio de cada asignatura.

- Definir y desarrollar un proyecto de investigación de mercado para la toma de decisiones en un entorno empresarial internacional.
- Dominar y resolver los trámites y procedimientos jurídico-administrativos exigibles en el proceso de internacionalización.
- Dominar las herramientas y capacidad avanzada para desarrollar con éxito una negociación a nivel internacional teniendo en cuenta la importancia de los aspectos socioculturales específicos de cada región.
- Dominar y saber emplear las distintas formas de organización de la empresa internacional.

5. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- Identificar las oportunidades de negocio en el mercado elegido.
- Reconocer, mediante estudio de campo, las características culturales, empresariales y de la distribución de productos en el mercado elegido.
- Identificar las principales instituciones relacionadas con el proceso de internacionalización de una empresa en el país de destino.
- Fortalecer la red de contactos.

6. METODOLOGÍA DOCENTE

Al tratarse de una actividad práctica, el participante deberá tener en cuenta lo desarrollado a lo largo del curso y, en especial, todo aquello que se refiera a:

- Metodologías activas: incluye la lectura, preparación y análisis de casos prácticos, así como la intervención en el foro de consultas con el profesor responsable de la asignatura.
- Metodologías autónomas: incluye, además de las lecturas de la documentación y bibliografía recomendada, la preparación y presentación de trabajos e informes.

7. EVALUACIÓN: FORMA Y CRITERIOS

MÉTODOS DE EVALUACIÓN	Ponderación
Actividades prácticas	70%

La información recogida en este documento es a título informativo y puede sufrir modificaciones en las adaptaciones de cada curso académico. La Guía definitiva estará a disposición de los estudiantes matriculados en el entorno virtual antes del inicio de cada asignatura.

8. ACTIVIDADES FORMATIVAS

- (En el Aula Virtual)
 - Acceso a la guía docente
 - Acceso a materiales docentes disponibles
 - Acceso a las actividades de evaluación
 - Consulta y tutoría con el tutor experto
 - Acceso a la retroalimentación escrita sobre las actividades de evaluación.

- (Fuera del Aula Virtual)
 - a. Lectura de los materiales complementarios
 - b. Preparación de los trabajos prácticos de la asignatura
 - c. Preparación del informe de actividad.

9. PROFESORADO

Coordinador de la asignatura: Ldo. Enrique Schonberg-Schwartz

Enrique Schonberg-Schwarz

Profesor Asociado UPF (Dirección Estratégica y Política de Empresa). PDD Programa de Desarrollo Directivo IESE. Máster Comercio y Finanzas Internacionales UB. Socio fundador de AREAEXPORT, consultora especializada en internacionalización y estrategia para PYMES. Consultor en proyectos internacionales financiados por Organismos Multilaterales.

10. BIBLIOGRAFIA

ICEX.

<http://www.diariodelexportador.com/2017/09/las-misiones-comerciales-definicion.html>

ICEX: Guía de Servicios para la Internacionalización

<http://www.comercio.gob.es/es->

[ES/Documents/Guia_Servicios_Internacionalizaci%C3%B3n_2012.pdf](http://www.comercio.gob.es/es-ES/Documents/Guia_Servicios_Internacionalizaci%C3%B3n_2012.pdf)

Cámaras de Comercio

<http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/->

La información recogida en este documento es a título informativo y puede sufrir modificaciones en las adaptaciones de cada curso académico. La Guía definitiva estará a disposición de los estudiantes matriculados en el entorno virtual antes del inicio de cada asignatura.



BARCELONA
SCHOOL OF
MANAGEMENT

[/preguntas-comercio-exterior/96de8b0a-58c9-4a96-8692-f743063d3bbf](https://www.upf.edu/web/guest/preguntas-comercio-exterior/96de8b0a-58c9-4a96-8692-f743063d3bbf)

Captio.

<https://www.captio.net/blog/mision-comercial-una-ventana-abierta-a-los-mercados-internacionales>

La información recogida en este documento es a título informativo y puede sufrir modificaciones en las adaptaciones de cada curso académico. La Guía definitiva estará a disposición de los estudiantes matriculados en el entorno virtual antes del inicio de cada asignatura.