

# MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

## Curso 2022-2024

### 1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Dirección de la Empresa Internacional
- **Tipo de asignatura:** Troncal
- **Trimestre:** Tercer
- **Créditos:** 4 ECTS
- **Idioma de docencia:** español
- **Coordinador de la asignatura:** Valentí Camps
- **Datos de contacto:** valenti.camps@gmail.com
- **Profesor de la asignatura:** Valentí Camps

**Datos de contacto:** valenti.camps@gmail.com

### 2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA (objetivos)

#### Contenidos

- Sesión 1: Globalización:
  - Redefinición de la estrategia global
  - Semiglobalización y estrategia
  - El gráfico de distancia CAGE
  - Creación de valor
  - Discusión en clase del caso “METRO CASH & CARRY: PROFITABILITY IN THE INDIAN MARKET”
- Sesión 2: Empresas internacionales:
  - Dos realidades
  - Motivadores para la internacionalización
  - Pre-requisitos para internacionalizar
  - Modelo UPPSALA
  - Evolución: Internacional/Multinacional/Global/Transnacional
  - Born global
  - Discusión en clase del caso “DANONE&WAHAHA”
- Sesión 3: Diferentes alternativas en internacionalización
  - ¿De quién depende? Organigrama
  - Resumen de factores: Internos/Externos
  - Varias fórmulas: Filiales, distribuidores, JV, licencias, etc.
  - Discusión en clase del caso “REGGIA”
- Sesión 4.
  - Influencia de la cultura
  - Mercados emergentes

### Competencias a adquirir

El objetivo de la asignatura Dirección de Empresa Internacional consiste en la formación en la gestión de empresas multinacionales, en el análisis de las condiciones a las que se enfrentan las empresas en su internacionalización y en el estudio de las decisiones a tomar en una estrategia internacional

### Resultados de aprendizaje

Entender el contexto económico mundial y qué nos ha traído hasta aquí  
Comprender los motivadores para la internacionalización de las empresas  
Aprender las decisiones que hay que tomar para adoptar una estrategia internacional  
Conocer los modelos de organización para una empresa internacional

### Metodología docente

Explicación conceptual en clase por parte del profesor  
Casos prácticos a trabajar en grupos: Los casos se prepararán individualmente para luego debatirlos en pequeños grupos. Finalmente se tratarán en plenario en clase.  
Realización en grupos de un proyecto de creación de una empresa internacional

### Evaluación continua

<b>Participación en clase</b>	<b>20%</b>
<b>Ejercicio Final por Grupos</b>	<b>50%</b>
<b>Tarea individual</b>	<b>30%</b>

### Actividades formativas

Primera sesión	Globalización
Segunda sesión	Empresas internacionales
Tercera sesión	Diferentes alternativas en internacionalización
Cuarta sesión	Influencia de la cultura. Presentación por grupos

### 3. PROFESORADO

Valentí Camps es Licenciado en Ciencias Empresariales y MBA por ESADE, Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la UPC, PADE (Programa de Alta Dirección de Empresas) por el IESE, PDD por la Universidad Complutense y por INSEAD (París), y Diplomado en Alta Dirección para Detallistas y Proveedores por la HARVARD BUSINESS SCHOOL. Fue Brand Manager en PEPSICO, Senior Brand Manager y Sales Manager en HENKEL, Director Comercial en empresa española líder en el mercado de la moda, y Vicepresidente de División durante 15 años en VF Corporation, la mayor empresa textil del mundo. Fundador y director de empresa dedicada a la Consultoría en Estrategia e Internacionalización.

### 4. BIBLIOGRAFIA

Pla & Darder “Dirección Internacional de la Empresa” (2016) McGraw-Hill Education  
Bartlett, Ghoshal and Birkinshaw “Transnational Management” (2011), Sixth Edt. McGraw Hill  
Ghemawat, P. “Redefining Global Strategy”, (2007) Harvard Business School Press  
Hollensen, S. “Global Marketing”. (2008) 4th.Edt. Pearson Education.  
Helen Deresky (2007) International Management: Managing Across Borders and Cultures  
6ª Edición. Prentice Hall