

TITULACIÓN:	MASTER UNIVERSITARIO EN Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (MasterUp)	
MÓDULO:	MÓDULO ESPECÍFICO	
CURSO:	Internacionalización y Empresa Nacida Global	CÓDIGO:
COORDINADOR	JOSE MARIA BIEDMA FERRER	
OBJETIVOS	<p>Las estrategias de internacionalización suelen formar parte del proceso de crecimiento y expansión de las empresas. No obstante, en ocasiones las oportunidades de “nacer global” suelen impulsar estrategias de internacionalización desde el nacimiento de la empresa. La materia distingue entre ambas opciones estratégicas y analiza las características organizativas relacionadas con el ciclo de vida de la empresa. En ambas opciones se estudiarán las herramientas más usuales que el emprendedor puede utilizar para impulsar la internacionalización: consorcios de exportación, zonas de libre de comercio, estrategias de acceso, entre otras.</p>	
RESULTADOS ESPERADOS DE APRENDIZAJE	<p>Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entender las razones para la internacionalización. • Identificar el potencial que tiene una empresa para internacionalizarse. • Comprender las características de las empresas nacidas globalmente. • Conocer las estrategias de penetración en los mercados globales. • Conocer los factores de éxito de las empresas internacionalizadas. 	
CONTENIDOS	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de internacionalización de la empresa • Estrategias de acceso a los mercados internacionales: consorcios de exportación, alianzas, etc. • Empresas nacidas globales: diferentes enfoques. • Factores que facilitan su creación. • Modelos de negocios de las empresas nacidas globales. • Crecimiento y consolidación de las empresas nacidas • Formulación de una empresa nacida global. • Caso real: Empresa innovadora nacida global. 	

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	Meses/Días	Horarios	Sesiones	ACTIVIDADES y CONTENIDOS	PROFESORES
	2 de mayo	16:00-18:00	S1	Presentación del módulo. Andalucía Open Future	JOSÉ MARIA BIEDMA FERRER MARCO A.CABRERA
		18.30-20.30	S2	Empresas nacidas globales: factores que facilitan su creación.	JOSÉ MARIA BIEDMA FERRER
	3 de mayo	16:00-18:00	S3	Extenda	LUIS GONZÁLEZ
		18.30-20.30	S4	Extenda	LUIS GONZÁLEZ
	07 de mayo	16:00-18:00	S5	Crecimiento y consolidación de las empresas nacidas globales. Formulación de una empresa nacida global.	PEDRO LALANDA
		18.30-20.30	S6	Crecimiento y consolidación de las empresas nacidas globales. Formulación de una empresa nacida global.	PEDRO LALANDA
	08 de mayo	16:00-18:00	S7	El proceso de internacionalización de la empresa.	MARÍA JOSÉ CANO BORREGO
		18.30-20.30	S8	El proceso de internacionalización de la empresa.	MARÍA JOSÉ CANO BORREGO
	9 de mayo	16:00-18:00	S9	Internacionalización de productos agroalimentarios gourmet. Desde la creación de valor a la exportación de los productos.	CLARA GARCÍA PÉREZ
		18.30-20.30	S10	Internacionalización de productos agroalimentarios gourmet. Desde la creación de valor a la exportación de los productos.	CLARA GARCÍA PÉREZ
	10 de mayo	16:00-18:00	S11	FRS: Empresa nacida Global.	JOSÉ MARIA BIEDMA FERRER
	18.30-20.30	S12	FRS: Empresa nacida Global.	JOSÉ MARIA BIEDMA FERRER	

<p>COMPETENCIAS</p>	<p>CB7 - Que los 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.</p> <p>CG4 - Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al contexto investigador, tecnológico o profesional concreto en el que desarrolle su actividad.</p> <p>CG10 - Capacidad emprendedora e innovadora en sus acepciones más amplias.</p> <p>CE13- Conocimiento y comprensión de la naturaleza específica de las empresas innovadoras nacidas globales, identificando sus características propias y los factores que facilitan su creación.</p> <p>CE14- Capacidad de identificar los mercados internacionales más idóneos y aplicar las estrategias más adecuadas para su inmersión en ellos.</p>
<p>METODOLOGÍA DOCENTE</p>	<p>Docencia presencial/participativa teórica. La docencia se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta.</p> <p>Análisis de casos: los alumnos podrán simular situaciones reales en empresas a partir de casos de empresas, en los que tengan que resolver un problema real, de forma individual o en grupo.</p>
<p>SISTEMA DE EVALUACIÓN</p>	<p>Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas: ponderación mínima 10% – ponderación máxima 30%. Puntuación: 15%.</p> <p>Resolución y defensa de trabajos individuales y/o en grupo en las que se apliquen los contenidos impartidos: ponderación mínima 40% – ponderación máxima 80%. Puntuación: 65%.</p> <p>Examen escrito de conocimientos: ponderación mínima 10% – ponderación máxima 30%. Puntuación: 20%.</p>
<p>ACTIVIDADES FORMATIVAS</p>	<p>Exposiciones teórico-prácticas: Exposición por parte del profesor sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión, con el apoyo de presentaciones audiovisuales, y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado. Número de horas: 16. Presencialidad: 100%.</p> <p>Resolución de estudios de caso: ya sea individual y/o en grupo con objeto de que el alumno adquiera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas. Número de horas: 8. Presencialidad: 100%.</p>

	<p>Horas de trabajo no presenciales: En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la Solución de casos y el desarrollo de su proyecto. Número de horas: 51. Presencialidad: 0%.</p>
<p>NOTAS DE INTERÉS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La presencialidad es obligatoria al 100% de las sesiones. Se exige una presencialidad mínima del 80% de las sesiones para que el alumno pueda ser evaluado, el 20% de las ausencias solo serán aceptadas por causa justificada. 2. El alumno deberá ir adaptando su proyecto inicial a medida que avanza el proceso de aprendizaje e incorporando al mismo los conocimientos adquiridos en cada curso. 3. Las sesiones serán en lengua española, a excepción de las sesiones extraordinarias que podrán ser en inglés. El material de trabajo podrá estar tanto en lengua española como en lengua inglesa. 4. Durante el curso, los alumnos están obligados a consultar la página web del curso en Campus Virtual, lugar donde se dejará la documentación necesaria para seguir las clases, y en la que se notificará cualquier contingencia o aviso urgente relacionado con la asignatura.
<p>BIBLIOGRAFÍA BÁSICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cavusgil, S. T. y Knight, G. A. (2009). <i>Born global firms: A new international enterprise</i>. NY: Business Experts Press. • Fillis, I. (2001). Small firm internationalization: An investigative survey and future research directions. <i>Management Decision</i>, 39(9), 767–783. • Iborra, M.; Menguzzato, M. y Ripolles, M. (1998): «Creación de empresas internacionales: redes informales y obtención de recursos». <i>Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa</i>, vol. 7, 3: 147-160. • Kundu, S. K. y Katz, J. A. (2003). Born-internationals SMEs: BI-level impacts of resources and intentions. <i>Nueva Zelanda: Small Business Economics</i>, 20, 25–47. • Mcdougall, P. P., Shane, S. y Oviatt, B. M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. <i>Journal of Business Venturing</i>, 9(6), 469–487. • Oviatt, B. M. y Mcdougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. <i>Journal of International Business Studies</i>, 25(1), 45–64. • Rialp, A., Rialp, J. y Knight, G. (2005). The phenomenon of early internationalizing firms: What do we know after a decade (1993–2003) of scientific inquiry?. <i>International Business Review</i> 14(2), 147–166.