

## Plan de Estudios del Máster Universitario en Negocios Internacionales/International Business

### UPF Barcelona School of Management

Tipo de materia	Créditos ECTS
<b>Obligatorias (asignaturas + semana internacional)</b>	<b>45</b>
<b>Optatividad Seminarios de especialización geográfica</b>	<b>9</b>
<b>Trabajo Final</b>	<b>6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>

#### **Módulo I. Análisis del Entorno** (9 ECTS de carácter obligatorio)

Este módulo está compuesto por tres asignaturas de 3 ECTS cada una:

**Asignatura I. Economía internacional** (3 ECTS de carácter obligatorio)

**Asignatura II. Entorno económico social y político internacional** (3 ECTS de carácter obligatorio)

**Asignatura III. Marco institucional de los procesos económicos de integración regional** (3 ECTS de carácter obligatorio)

#### **Resultados de aprendizaje:**

- Obtener los conocimientos básicos en economía internacional
- Mostrar conocimiento de geografía económica mundial, así como de instituciones y organismos internacionales
- Conocer los rasgos principales de las diferentes culturas y civilizaciones, además de comprender el porqué de los problemas actuales en el mundo y que causas y consecuencias han tenido o pueden tener en el corto o medio plazo los asuntos más candentes de la actualidad
- Relacionar y analizar los hechos económicos, sociales y políticos históricos y actuales con los conocimientos de la economía y el derecho internacionales
- Conocer las principales fuentes de información y documentación a nivel internacional
- Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de relacionar los acontecimientos políticos y económicos y las repercusiones que esas conectividades tienen en el mundo globalizado
- Conocer los principales conceptos, instituciones y reglas relacionados con la cooperación intergubernamental y la integración económica regional.
- Identificar los entornos económico, cultural, político, legal, demográfico y tecnológico que puedan representar oportunidades y amenazas para el desarrollo de la actividad de negocio a nivel internacional.

- Reconocer las instituciones económicas internacionales y valorar su influencia en el crecimiento económico, el comercio internacional y las relaciones financieras.

### **Contenidos:**

#### **Asignatura I. Economía internacional**

- Evolución de las relaciones y de las instituciones económicas
- Teoría económica del comercio internacional
- Instrumentos de política comercial
- Relaciones económicas y políticas internacionales

#### **Asignatura II. Entorno económico social y político internacional**

- Cómo funcionan las relaciones internacionales: Actores nacionales y transnacionales
- La globalización: equilibrios y desequilibrios del comercio mundial
- Las grandes áreas económicas mundiales
- La influencia americana en la economía, la sociedad y la cultura mundial
- La fragmentación y la heterogeneidad del mundo árabe
- La inserción en el marco internacional de América Latina
- El auge económico del continente asiático
- La presencia de nuevos actores en África

#### **Asignatura III. Marco institucional de los procesos económicos de integración regional**

- La cooperación intergubernamental y la integración regional en el marco de la globalización.
- Garantías institucionales, jurídicas y financieras en la Unión Europea.
- Objetivos y medios de acción de la Unión Europea.
- Los procesos de integración de alcance sectorial por zonas geográficas.

### **Evaluación:**

Para evaluar el aprendizaje y adquisición de las competencias se empleará un amplio abanico de métodos de evaluación. No sólo se realizarán evaluación finales sino también se emplearán mecanismos de evaluación continua. De hecho, la evaluación continua utilizada en el período lectivo de clases deberá suponer un peso relevante, a efectos de la evaluación final.

#### **Modalidad online:**

- Actividades prácticas
- Participación en foros
- Prueba test

### **Módulo II. Estrategia** (6 ECTS de carácter obligatorio)

Este módulo está compuesto por dos asignaturas de 3 ECTS cada una:

**Asignatura I. Estrategia internacional de la Empresa** (3 ECTS de carácter obligatorio)

## **Asignatura II. Business game. Simulación de decisiones estratégicas (3 ECTS de carácter obligatorio)**

### **Resultados de aprendizaje:**

- Saber analizar y valorar las variables que permiten establecer una estrategia que conduzca al posicionamiento y consolidación de la empresa en el mercado internacional.
- Relacionar la actuación que ha de desarrollar cada una de las áreas de la empresa ante una situación determinada que afecta a su situación de mercado

### **Contenidos:**

#### **Asignatura I. Estrategia Internacional de la Empresa**

- Estrategia empresarial ante la globalización.
- Análisis de recursos para afrontar la internacionalización
- Las estrategias internacionales.
- Etapa entrada inicial.
- Etapa expansión.
- Etapa racionalización.

#### **Asignatura II. Business game. Simulación de decisiones estratégicas**

- El proceso de decisión
- Definición estrategias corporativas y de negocio
- Investigación de mercados
- Toma de decisiones en marketing.
- Toma de decisiones en finanzas.
- Toma de decisiones en producción.
- Toma de decisiones en recursos humanos
- Presentación de informes.
- Evaluación de los resultados
- Comerciales y económicos

### **Evaluación:**

Para evaluar el aprendizaje y adquisición de las competencias se empleará un amplio abanico de métodos de evaluación. No sólo se realizarán evaluación finales sino también se emplearán mecanismos de evaluación continua. De hecho, la evaluación continua utilizada en el período lectivo de clases deberá suponer un peso relevante, a efectos de la evaluación final.

### **Modalidad online:**

- Actividades prácticas
- Participación en foros
- Prueba test

### **Módulo III. Comercial Internacional** (6 ECTS de carácter obligatorio)

Este módulo está compuesto por dos asignaturas trimestrales de 3 ECTS cada una:

**Asignatura I. Marketing Internacional** (3 ECTS de carácter obligatorio)

**Asignatura II. Investigación de Mercados y Análisis Sectorial** (3 ECTS de carácter obligatorio)

#### **Resultados de aprendizaje:**

- Analizar el entorno macro y micro de una empresa a nivel internacional, así como los sectores y mercados más interesantes.
- Definir la estrategia de marketing internacional de la empresa.
- Implantar y controlar la estrategia de marketing internacional.
- Organizar y dirigir la organización comercial y de ventas en los mercados internacionales

#### **Contenidos:**

##### **Asignatura I. Marketing Internacional**

- Beneficios de la globalización.
- Selección de mercados.
- Método de entrada.
- Estrategia global vs. Multi-doméstica.
- Definición del target.
- Estrategia internacional de posicionamiento.
- Definición del mix de marketing.
- Planificación de la red de ventas en los mercados exteriores.
- Implantación.
- El plan de marketing internacional.

##### **Asignatura II. Investigación de Mercados y Análisis Sectorial**

- El proceso y las herramientas para la investigación:
  - o Diseño de la investigación
  - o Herramientas para la recogida de información primaria de tipo cuantitativo y cualitativa
  - o Fuentes de información secundaria
  - o Análisis y uso de la información proporcionada por la investigación
- Estudio de mercado, estudio de país y estudio motivacional: la investigación de mercados en un entorno internacional
- Fuentes de datos sectoriales y realización de un informe sectorial

#### **Evaluación:**

Para evaluar el aprendizaje y adquisición de las competencias se empleará un amplio abanico de métodos de evaluación. No sólo se realizarán evaluaciones finales sino también se emplearán mecanismos de evaluación continua. De hecho, la evaluación continua utilizada en el período lectivo de clases deberá suponer un peso relevante, a efectos de la evaluación final.

Modalidad online:

- Actividades prácticas
- Participación en foros

#### **Módulo IV. Finanzas** (6 ECTS de carácter obligatorio)

Este módulo está compuesto por dos asignaturas de 3 ECTS cada una:

#### **Asignatura I. Finanzas Internacionales, Contabilidad y Fiscalidad Internacional** (6 ECTS de carácter obligatorio)

##### **Resultados de aprendizaje:**

- Mostrar los conocimientos necesarios para el control y la gestión de las operaciones financieras haciendo hincapié en los aspectos contables y financieros
- Conocer los principios básicos del cálculo financiero y bancario y poder decidir cuál es el mejor y más adecuado medio de financiación
- Conocer desde un punto de vista práctico cuales son las fuentes de financiación de las empresas en sus operaciones habituales de comercio internacional, ya sean de origen público o privado
- Conocer los métodos de valoración de empresas
- Conocer los documentos y medios de pago más habituales en el comercio exterior y las reglas de la Cámara de Comercio Internacional de Paris que los regulan
- Comprender los mercados de divisas, su funcionamiento, riesgo y posibilidades de cobertura, así como los distintos tipos de avales y garantías que existen en el comercio internacional
- Conocer los riesgos políticos y comerciales inherentes a las operaciones internacionales y sus coberturas a través de empresas aseguradoras públicas y privadas.
- Aplicar los distintos conceptos que se contemplan en un análisis de riesgo país, tanto a nivel político como económico y la valoración y uso de cada uno que de ellos hay que hacer en función de la inversión que se vaya a realizar
- Mostrar conocimiento de la fiscalidad internacional: imposiciones directas e indirectas sobre renta e inversión y convenios internacionales en materia tributaria.

##### **Contenidos:**

#### **Asignatura I. Finanzas Internacionales, Contabilidad y Fiscalidad Internacional**

- Iniciación al cálculo financiero
- Medios de pago simples y documentarios
- Control de cambios e inversiones exteriores
- Mercado de divisas
- Fuentes de financiación internacional
- Riesgo-país
- Opciones y futuros.
- Plan general contable
- Análisis de estados financieros
- Análisis patrimonial y financiero
- Análisis económico
- Análisis de rentabilidad

- Análisis del fondo de maniobra
- Gestión de la tesorería
- Valoración de empresas
- Introducción a la fiscalidad internacional
- Convenios tributarios.
- Fiscalidad sobre rentas e inversión

### **Evaluación:**

Para evaluar el aprendizaje y adquisición de las competencias se empleará un amplio abanico de métodos de evaluación. No sólo se realizarán evaluaciones finales sino también se emplearán mecanismos de evaluación continua. De hecho, la evaluación continua utilizada en el período lectivo de clases deberá suponer un peso relevante, a efectos de la evaluación final.

Modalidad online:

- Actividades prácticas
- Participación en foros

### **Módulo V. Operaciones** (6 ECTS de carácter obligatorio)

Este módulo está compuesto por dos asignaturas de 3 ECTS cada una:

**Asignatura I. Logística y Transporte Internacional** (3 ECTS de carácter obligatorio)

**Asignatura II. Contratación Internacional y gestión aduanera** (3 ECTS de carácter obligatorio)

### **Resultados de aprendizaje:**

- Tomar decisiones que permitan gestionar una cadena logística internacional de forma eficiente
- Escoger los medios de transporte más adecuados para cada situación
- Conocer los principales elementos del transporte internacional
- Entender las implicaciones logísticas de los diferentes INCOTERMS
- Definir contratos de compraventa internacional
- Definir contratos de intermediación internacional.
- Resolver los principales litigios que puedan generar las operaciones básicas de comercio internacional.
- Diferenciar los tipos de regímenes aduaneros.
- Solventar todos los procesos administrativos de la gestión aduanera necesaria para desarrollar el comercio internacional.

### **Contenidos:**

#### **Asignatura I. Logística y Transporte Internacional**

- Logística y gestión de la cadena de suministro.
- Diseño de redes internacionales de cadenas de suministro

- Métodos cuantitativos para la toma de decisiones operativas en el ámbito internacional en las áreas operativas de: aprovisionamiento, inventarios, producción y almacenaje.
- Transporte marítimo, aéreo y terrestre (camión y ferrocarril)

## **Asignatura II. Contratación Internacional y gestión aduanera**

- Incoterms
- Contratos Internacionales – aspectos básicos
- El contrato de compraventa internacional.
- Contratos de intermediación: agencia comercial y distribución.
- Otros contratos: Contratos de franquicia,...
- Gestión de aduanas
- Regímenes aduaneros.
- Responsabilidad Social Internacional.

### **Evaluación:**

Para evaluar el aprendizaje y adquisición de las competencias se empleará un amplio abanico de métodos de evaluación. No sólo se realizarán evaluación finales sino también se emplearán mecanismos de evaluación continua. De hecho, la evaluación continua utilizada en el período lectivo de clases deberá suponer un peso relevante, a efectos de la evaluación final.

Modalidad online:

- Actividades prácticas
- Participación en foros
- Prueba de test

## **Módulo VI. Organizativas** (9 ECTS de carácter obligatorio)

Este módulo está compuesto por 3 asignaturas de 3 ECTS cada una:

**Asignatura I. Cultura y Organización de la Empresa Internacional** (3 ECTS de carácter obligatorio)

**Asignatura II. Dirección Internacional de los RRHH** (3 ECTS de carácter obligatorio)

**Asignatura III. Habilidades Directivas, Técnicas de negociación y Comunicación** (3 ECTS de carácter obligatorio)

### **Resultados de aprendizaje:**

- Conocer la importancia de las diferencias culturales en los negocios internacionales y las formas de gestionarlas.
- Conocer las distintas formas organizativas de la empresa internacional y las lógicas que las rigen.
- Tener una visión amplia referente a la ética y la (RSC) en los negocios y en las organizaciones de carácter internacional.
- Conocer las implicaciones de la RSC en áreas como: el gobierno corporativo, los aspectos sociales, laborales y medioambientales (OIT, Global Compact, etc.), los sistemas de producción.

- Tener una visión global del papel de la gestión de los Recursos Humanos en una empresa de carácter internacional.
- Conocer los tipos de incentivos y compensaciones utilizados por las organizaciones para captar y motivar los recursos humanos necesarios.
- Conocer las variables que influyen los procesos que siguen la planificación y contratación de individuos.
- Conocer los principios básicos y ser capaz de organizar y desarrollar aspectos como la captación de talento, la movilidad, la interculturalidad, la gestión del tiempo, la inteligencia emocional, etc. de los recursos humanos en la empresa.
- Evaluar los resultados del capital humano de la empresa y emprender cambios para hacerlos más eficientes.
- Conocer las competencias que caracterizan las habilidades directivas y los estilos de dirección.
- Obtener las herramientas para la interacción personal, establecimientos de contactos, la negociación y comunicación en un entorno internacional.

### **Contenidos:**

#### **Asignatura I. Cultura y Organización de la Empresa Internacional**

- La cultura en los negocios internacionales
- La organización de la empresa internacional:
  - Estructuras organizativas
  - Sistemas de control
- La empresa nacida global frente a la internacionalizada en etapas.
- La Responsabilidad Social Corporativa en la empresa internacional

#### **Asignatura II. Dirección Internacional de los RRHH**

- El papel de la gestión de los Recursos Humanos. Características específicas en una empresa de carácter internacional.
- Planificación y contratación de individuos:
  - o Captación de talento
  - o La movilidad de los RRHH
  - o Gestión de la interculturalidad
  - o La gestión del tiempo
  - o La inteligencia emocional y el networking
- Evaluación de los recursos humanos

#### **Asignatura III. Habilidades Directivas, Técnicas de negociación y Comunicación**

- Introducción a las habilidades directivas
- Estilos de dirección
- Interacción personal y comunicación

### **Evaluación:**

Para evaluar el aprendizaje y adquisición de las competencias se empleará un amplio abanico de métodos de evaluación. No sólo se realizarán evaluación finales sino también



se emplearán mecanismos de evaluación continua. De hecho, la evaluación continua utilizada en el período lectivo de clases deberá suponer un peso relevante, a efectos de la evaluación final.

Modalidad online:

- Actividades prácticas
- Participación en foros
- Prueba de test

### **Trabajo final de máster** (6 ECTS de carácter obligatorio)

Se iniciará a partir del segundo mes del máster, una vez que los alumnos habrán realizado los talleres para seleccionar el tema de su trabajo final. Con base al área de estudio seleccionada por el alumno y a la presentación del ante-proyecto de tesis, se le asignará un mentor/tutor especializado en el tema, con quien realizará las sesiones de tutoría durante todo el año.

#### **Resultado de aprendizaje:**

- Reconocer relaciones entre los distintos mandos directivos en una empresa internacional.
- Dominar la confección de un diagnóstico de capacidad.
- Reconocer la estructura formal de un business plan.
- Dominar las herramientas para desarrollar con éxito una negociación con agentes y distribuidores.
- Dominar las herramientas para desarrollar con éxito una negociación de precios.
- Dominar la elaboración de un informe de país y sector de actividad económica.
- Evaluar información sobre condiciones de exportación.
- Reconocer oportunidades de negocio en mercados exteriores.
- Dominar la estructura del balance de situación de la empresa internacional.
- Establecer la guía adecuada para analizar la solvencia de una empresa.
- Dominar la elaboración de la parte financiera de un plan de empresa.
- Conocer los instrumentos de financiación de las operaciones internacionales.
- Reconocer los riesgos financieros asociados a las operaciones internacionales.
- Situar la importancia de la logística en el comercio exterior.
- Dominar los componentes de la cadena de suministro de mercancías.
- Entender la importancia de la cultura en el proceso de negociación internacional.
- Reconocer la importancia de la negociación intercultural.
- Distinguir las distintas formas de organización de la empresa internacional.
- Dominar el alcance de la globalización en las pequeñas y medianas empresas.

#### **Contenidos:**

El trabajo final del Máster es un trabajo de investigación relativo a mercados, productos y/o empresas con actividad en el exterior. El trabajo se puede concretar alternativamente en forma de un plan internacional de negocios o una propuesta de creación de una empresa de forma que se demuestren las competencias adquiridas en el máster.

Se trata, en definitiva, de utilizar los conocimientos adquiridos a lo largo del máster promoviendo su aplicabilidad práctica en una situación real o simulada, con una empresa ya existente o en un negocio de nueva creación.

Los estudiantes contarán con el apoyo de un tutor, que será uno de los profesores o colaboradores del Máster. El tutor se encargará de comprobar el progreso de los trabajos, orientará en su elaboración y aportará sugerencias y recomendaciones para su desarrollo. En el calendario del curso se reservaran algunos períodos para la tutoría obligatoria, con objeto que se pueda evaluar el avance de los trabajos. Las fechas de entrega de los trabajos y el acto de defensa pública estarán también previstos en el calendario general del curso.

### **Evaluación:**

El tutor especialista asignado evalúa el documento enviado como definitivo así como el seguimiento en la realización del trabajo durante todo el proceso. Para la evaluación se tienen en cuenta los siguientes criterios:

Modalidad online:

- Evaluación continua
- Memoria escrita
- Defensa pública del proyecto

### **Seminario de especialización** (9 ECTS de carácter obligatorio)

#### **Resultado de aprendizaje:**

- Identificar las oportunidades de negocio en los mercados de Europa, Asia y América Latina.
- Diagnosticar el potencial de negocios en los mercados internacionales de acuerdo con sus características específicas.

#### **Contenidos:**

##### **Oportunidades de Negocio con Europa**

- Introducción al panorama económico, político y cultural de la Unión Europea.
- El perfil del consumidor europeo.
- Formas de entrada de productos a la UE.
- La creación de empresas en la UE y los canales de distribución.
- Los mercados de los países fundadores de la Unión Europea: Francia, Alemania y Bélgica.
- El mercado de España: sectores económicos y oportunidades de negocios (nichos)
- Otros mercados: Suecia, Polonia y países del Este de Europa.
- Nichos de mercado en Europa.

##### **Oportunidades de Negocio con Asia**

- El impacto de la globalización en las economías asiáticas.
- Introducción al panorama económico, político y cultural de Asia. Políticas comerciales, acuerdos y tratados de libre comercio.
- Sectores económicos y posibilidades de negocio (nichos de mercado).
- Estudio de los mercados de Japón, Corea del Sur, China, India y sudeste asiático: entorno legal, aduanas, canales de distribución, formas de pago y estrategia de implantación.
- Régimen legal de las inversiones en Asia y costes de implantación.

## Oportunidades de Negocio con América Latina

- Revisión del entorno geopolítico, económico y social de latinoamérica.
- La importancia de los acuerdos bilaterales con la UE.
- Oportunidades de negocios en la región.
- Estrategias de entrada a los mercados de la región.

### **Evaluación:**

Para evaluar el aprendizaje y adquisición de las competencias se empleará un amplio abanico de métodos de evaluación. No sólo se realizarán evaluación finales sino también se emplearán mecanismos de evaluación continua. De hecho, la evaluación continua utilizada en el período lectivo de clases deberá suponer un peso relevante, a efectos de la evaluación final.

Modalidad online:

- Actividades prácticas
- Participación en foros

## Sistema de calificaciones

Este es el sistema que se utilizará para puntuar:

1. La obtención de los créditos correspondientes a una materia comportará haber superado los exámenes o pruebas de evaluación correspondientes.
2. El nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes se expresará con calificaciones numéricas que se reflejarán en su expediente académico junto con el porcentaje de distribución de estas calificaciones sobre el total de alumnos que hayan cursado los estudios de la titulación en cada curso académico.
3. La media del expediente académico de cada alumno será el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula: suma de los créditos obtenidos por el alumno multiplicados cada uno de ellos 35 por el valor de las calificaciones que correspondan, y dividida por el número de créditos totales obtenidos por el alumno.
4. Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0-4,9: Suspenso (SS); 5,0-6,9: Aprobado (AP); 7,0-8,9: Notable (NT); 9,0-10: Sobresaliente (SB).
5. Los créditos obtenidos por reconocimiento de créditos correspondientes a actividades formativas no integradas en el plan de estudios no serán calificados numéricamente ni computarán a efectos de cómputo de la media del expediente académico.
6. La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

## Titulación

Al superar el programa y abonar los derechos de expedición vigentes del Ministerio de Educación de España, el alumno recibirá la titulación de Máster Universitario en Negocios Internacionales. International Business expedida por la Universidad Pompeu Fabra.