

30162 - Gestión de Relaciones Internacionales

Información del Plan Docente

Año académico	2018/19
Asignatura	30162 - Gestión de Relaciones Internacionales
Centro académico	175 - Escuela Universitaria Politécnica de La Almunia
Titulación	425 - Graduado en Ingeniería de Organización Industrial
Créditos	6.0
Curso	4
Periodo de impartición	Semestral
Clase de asignatura	Optativa
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

El objetivo fundamental de la asignatura consiste en poner en contacto al alumno con la realidad de las relaciones internacionales a nivel organizacional y con la materia de la internacionalización de las empresas a nivel individual.

1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura, Gestión de Relaciones Internacionales, forma parte del Grado en Ingeniería en Organización Industrial que imparte la EUPLA. Se trata de una asignatura de cuarto curso, ubicada en el segundo semestre y catalogada como optativa de módulo empresa, con una carga lectiva de 6 créditos ECTS.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Para cursar la asignatura hace falta interés y motivación por la materia de estudio. La globalización que vivimos nos hace ser juez y parte en las decisiones que se toman a nivel internacional y, por tanto, debemos estar bien informados de lo que se juega en cada momento a nivel empresarial y mundial.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

1. Capacidad de tomar decisiones en mercados internacionales.
2. Capacidad de plantear un análisis estratégico.
3. Capacidad para escoger la técnica adecuada de investigación de mercados e interpretar resultados.
4. Capacidad de planificar operaciones de comercio exterior y marketing internacional.

2.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

1. Interpretar y usar la clasificación arancelaria más adecuada en cada operación de comercio internacional.
2. Reconocer y valorar las distintas formas de acceso a los mercados internacionales.
3. Detectar y seleccionar la información que nos sea útil en el proceso de internacionalización.
4. Valorar la importancia y el alcance del marketing en la estrategia internacional de la empresa.
5. Diseñar un plan de marketing internacional.
6. Adaptar y diferenciar las variables principales del marketing en un contexto multicultural.

2.3. Importancia de los resultados de aprendizaje

La asignatura Gestión de Relaciones Internacionales constituye uno de los últimos escalones en la formación de un Graduado Ingeniería en Organización Industrial. La creciente globalización de las economías ha llevado consigo la internacionalización de las empresas, y sobre todo en épocas de crisis éstas se enfrentan a nuevos retos, por lo que necesitan nuevos métodos de gestión, en particular relacionados con el Marketing y la Gestión Internacional.

De ahí la relevancia del estudio de esta asignatura. El objetivo de la misma es facilitar un cierto grado de especialización a los alumnos en su futuro desempeño profesional y que éstos sean capaces de encontrar las herramientas adecuadas para analizar la problemática relativa a las operaciones de comercio exterior y marketing internacional, suscitando un interés hacia la internacionalización, de forma que considere los mercados exteriores como una prolongación natural del mercado doméstico.

3. Evaluación

3.1. Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

La evaluación del aprendizaje del alumno, tanto si asiste a clase de forma continuada como si lo hace de forma esporádica o no lo hace, se llevará a cabo atendiendo a dos aspectos: la valoración de los conocimientos teórico-prácticos del alumno y la defensa oral de un trabajo. Cada una de estas partes debe obtener una calificación igual o superior a 5 para entender aprobada la asignatura. Si no se supera alguna de las pruebas la calificación numérica del suspenso será la de la menor nota obtenida por el alumno.

Normas respecto al trabajo: El trabajo se centrará en el análisis y comentario del proyecto de internacionalización de una empresa. El trabajo, que deberá realizarse en grupos de no más de 4 personas, se presentará por escrito y se defenderá oralmente ante la profesora de la asignatura preferiblemente en la segunda mitad del cuatrimestre en el que se imparta la asignatura. La nota del trabajo representará un 20% de la nota final de la asignatura. Para la valoración de esta prueba se tendrá en cuenta la capacidad de síntesis en el análisis del proyecto, la claridad de la exposición, el uso ágil de terminología especializada y la utilización de medios audiovisuales adecuados.

Normas respecto a la valoración de los conocimientos teórico-prácticos: Para obtener una valoración positiva el alumno deberá cumplir con alguna de estas dos condiciones:

Aprobar un examen final (obtener una calificación de 5 o superior) que se celebrara en la fecha prevista en el calendario oficial de exámenes y en el que el alumno deberá contestar correctamente a un conjunto de preguntas relacionadas con el temario de la asignatura y los ejercicios prácticos realizados a lo largo del curso en clase.

Aprobar dos controles parciales (obtener una calificación de 5 o más de media entre los dos. No se aplicará la regla anterior si en alguno de los dos controles se obtiene una calificación inferior a 4) que se celebrarán a lo largo del curso y

30162 - Gestión de Relaciones Internacionales

en los que el alumno deberá contestar correctamente a un conjunto de preguntas relacionadas con el temario de la asignatura y con las prácticas realizadas en clase.

En la valoración de los exámenes y controles se tendrá en cuenta no sólo la adecuación de las contestaciones del alumno al contenido de la asignatura, sino también la claridad gramatical y ortográfica en la exposición del mismo. La nota de estas pruebas representará el 80% de la nota final de la asignatura

4. Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1. Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

La metodología docente se basa en una fuerte interacción profesor/alumno. Esta interacción se materializa por medio de un reparto de trabajo/responsabilidades entre alumnado y profesores.

Para la consecución de los objetivos mencionados la organización de la docencia se desarrollarán mediante la realización de diversos tipos de actividades:

- *Clases expositivas*: Actividades teóricas y/o prácticas impartidas de forma fundamentalmente expositiva por parte del profesor.
- *Clases Prácticas de aula*: Actividades de discusión teórica o preferentemente prácticas realizadas en el aula y que requieren una elevada participación del estudiante.
- *Tutorías grupales*: Actividades programadas de seguimiento del aprendizaje, en las que el profesor se reúne con un grupo de estudiantes para orientar sus labores de estudio y aprendizaje autónomo y de tutela de trabajos dirigidos o que requieren un grado de asesoramiento muy elevado por parte del profesor.
- *Tutorías individuales*: podrán ser presenciales o virtuales.

4.2. Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

A lo largo del semestre se desarrollarán las siguientes actividades:

1. *Actividades presenciales*:
 1. *Clases teóricas expositivas*: Se explicarán los conceptos teóricos de la asignatura y se desarrollarán ejemplos prácticos por parte del profesor/a.
 2. *Prácticas Tutorizadas, clases de problemas y casos a debate*: Los alumnos/as desarrollarán ejemplos y realizarán problemas o casos prácticos referentes a los conceptos teóricos estudiados.
2. *Actividades no presenciales*:
 1. *Actividades autónomas tutorizadas*: Estas actividades estarán guiadas por el profesorado de la asignatura. Estarán enfocadas tanto a la realización de trabajos/proyectos, bien individuales o en grupos reducidos, como a la metodología de estudio necesaria o más conveniente para la asimilación de cada uno de los aspectos desarrollados en cada tema.
 2. *Actividades de refuerzo*: A través de un portal virtual de enseñanza (Moodle) se dirigirán diversas actividades que refuercen los contenidos básicos de la asignatura. Estas actividades serán personalizadas y controlada su realización a través del mismo
 1. *Tutorías individuales*: Podrán ser presenciales o virtuales.
 2. *Actividades autónomas*: Los alumnos las deberán llevar a cabo para: El estudio y asimilación de la teoría expuesta en las clases magistrales, la comprensión y asimilación de problemas y casos prácticos resueltos en las clases prácticas, la preparación de seminarios, resolución de problemas propuestos, etc y la preparación de las pruebas de Evaluación Continua y Evaluación Global.

4.3. Programa

BLOQUE I: CONCEPTOS BÁSICOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN.

BLOQUE II: MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING INTERNACIONAL.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EXTERIORES.

BLOQUE III: MARKETING MIX INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRODUCTOS EN MERCADOS EXTERIORES.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PRECIOS PARA MERCADOS EXTERIORES.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN PARA MERCADOS EXTERIORES.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL.

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

Durante el curso se irán llevando a cabo las exposiciones de las clases teóricas, la realización de ejercicios prácticos y la exposición de trabajos individuales o en grupo.

Las fechas de estas actividades así como de los ejercicios, pruebas o exámenes se irán proponiendo en clase y se indicarán en la plataforma MOODLE.

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

Los recursos que se utilizarán a lo largo del curso los podréis encontrar en la plataforma Moodle.