

Globalización y estrategia

Nombre de la materia	Globalización y estrategia	Academia	N/A
Clave de la materia	IG898	Modalidad de asignatura	Presencial
Prerrequisitos	Ninguno	Tipo de asignatura	Curso-Taller
Seriación	No	Créditos	5
Área de formación	Especializante selectiva	Carga horaria	Horas Teoría 60 Horas Práctica 20
Departamento	Departamento de Estudios Regionales-INESER	Nivel de formación	Maestría

Presentación

Hoy en día en el centro del debate académico y empresarial se encuentra el reto que tienen las empresas que necesitan saber cómo enfrentar la globalización de los mercados, cómo integrarse rápidamente a la economía basada en conocimiento y cómo salir de este proceso beneficiadas haciendo frente y aprovechando las megas tendencias de largo plazo.

En este curso los alumnos reflexionaran sobre los métodos existentes que las empresas pueden utilizar para implementar su plan de internacionalización y de esta forma integrarse y resuelvan sus problemas derivados del proceso de la globalización de los mercados y de cómo aprovecharse de él y plantear estrategias de crecimiento. Se parte de la idea de que no solo la gran empresa puede internacionalizarse, también se visualiza cómo las pequeñas empresas pueden adelantar las más grandes.

Perfil Formativo del Estudiante

Este programa capacita al estudiante para la aplicación de técnicas e instrumentos de diagnóstico de la gestión de pequeñas y medianas empresas de manufactura. Generará un espíritu crítico y habilidades de investigación práctica.

Objetivos del Programa

- Comprender la trascendencia estratégica de la internacionalización como factor estratégico para la mejora de la capacidad competitiva de las organizaciones empresariales.

- Comprender y manejar conceptos y herramientas básicas relacionadas con las dinámicas de crecimiento empresarial y de la estrategia de internacionalización desde la perspectiva estratégica de la economía de la empresa.
- Diseñar propuestas de desarrollo empresarial a través de la estrategia de internacionalización, basadas en el Modelo de las Diez Estrategias.
- Plasmar propuestas de desarrollo empresarial siguiendo las herramientas expuestas en un Plan de Internacionalización para una empresa u organización real mediante un trabajo colaborativo y utilizando fuentes de información y de evidencias internas y externas sobre la empresa en cuestión.
- Plantear, Estructurar, planificar y ejecutar un plan de internacionalización
- Formar parte y participar activamente en un equipo de trabajo que permita realizar tareas colaborativas que respondan al aprendizaje de los conceptos expuestos, mostrando una actitud favorable y crítica al aprendizaje colaborativo ayudando y aportando en el proceso de aprendizaje propio y ajeno.

Contenido temático
1. Introducción y antecedentes
<p>1.1 Acepciones de globalización: mercados, estrategia, empresa y proceso de integración.</p> <p>1.2 Fenómeno de globalización: nuevo y complejo entorno económico y empresarial.</p> <p>1.3 Reflexión sobre la nueva realidad empresarial y sus elementos constitutivos y sobre la gestión de la actual empresa</p> <p>1.4 Establecer las implicaciones estratégicas de la globalización en la gestión empresarial: internacionalización de la empresa.</p> <p>1.5 Establecer la Dirección Estratégica como eje central del fenómeno estudiado en este módulo por sus adecuadas características: perspectiva global, equilibrada, estructural, anticipativa y reactiva.</p>
2. Marco teórico de la internacionalización de las empresas
<p>2.1 Perspectiva micro y macroeconómica.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.1 Teoría del comercio internacional.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.2 Comercio interindustrial.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.1.3 Comercio Intraindustrial.</p> <p>2.2 Perspectiva empresarial. Teoría de la estrategia internacional.</p> <p>2.3 Teoría de la internacionalización de la empresa.</p>

- 2.3.1 Modelo del ciclo de vida del producto.
- 2.3.2 Modelo del proceso secuencial de internacionalización: Enfoque escandinavo.
- 2.3.3 Enfoque de innovación.
- 2.3.4 Enfoque de red.
- 2.3.5 Proceso de internacionalización acelerado: nueva empresa internacional.
- 2.3.6 Proceso de internacionalización empresas de servicios.
- 2.4 Teoría de la EMN y la IDE.
 - 2.4.1 Teoría de la organización industrial (mercado imperfecto): Teoría de la Ventaja Monopolística.
 - 2.4.2 Modelo de la rivalidad oligopolista.
 - 2.4.3 Teoría internalización (T. de los costes de transacción).
 - 2.4.4 Paradigma ecléctico.
 - 2.4.5 Teoría evolutiva (conocimiento).
 - 2.4.6 Enfoque macroeconómico.

3. Plan de internacionalización de la empresa

- 3.1 Calidad de las decisiones
- 3.2 Trasmisión eficaz de las decisiones

4. La Internacionalización de la Empresa y el Plan Estratégico

- 9.1 El proceso de la dirección estratégica.
 - 4.1.1 Diagnostico DAFO, análisis interno y externo.
 - 4.1.2 Misión y objetivos de la empresa.
 - 4.1.3 Diseño de opciones estratégicas.
 - 4.1.4 Evaluación y selección de estrategias.
 - 4.1.5 Puesta en práctica y control.

5. Contexto de las estrategias

- 5.1 Nivel corporativo.
 - 5.1.1 Ámbito productivo, estrategias de diversificación.
 - 5.1.2 Ámbito geográfico, estrategias de internacionalización.
 - 5.1.3 Ámbito de la empresa, estrategias de integración vertical.
- 5.2 Nivel competitivo.
 - 5.2.1 Ventaja competitiva sostenible y liderazgo en costes.
 - 5.2.2 Ventaja competitiva sostenible y estrategia de diferenciación.

5.3 Nivel funcional, estrategias funcionales.

5.3.1 Estrategia de R. Humanos.

5.3.2 Estrategia Comercial.

5.3.3 Estrategia Productiva.

5.3.4 Estrategia Financiera.

5.3.5 Estrategia Tecnológica.

6. Modalidades de desarrollo

6.1 Crecimiento interno (crecimiento orgánico).

6.2 Crecimiento externo (fusiones & adquisiciones).

6.3 Cooperación empresarial (alianzas estratégicas).

7. Modelo Estratégico de Internacionalización

7.1 Dirección estratégica como marco conceptual y eje central.

7.2 La gestión empresarial de la internacionalización desde una perspectiva global, equilibrada, estructural, anticipativa y reactiva.

7.3 Modelo de dirección estratégica para la internacionalización de la empresa.

7.4 Esquema general de dicha estrategia con las diferentes variables de gestión interdependientes.

7.5 Marco de reflexión para la toma de decisiones en el ámbito internacional.

8. Etapas del modelo estratégico de internacionalización

8.1 Análisis estratégico internacional.

8.2 Determinación del sistema de objetivos de las actividades internacionales.

8.3 Formulación de la estrategia internacional.

8.4 Implantación y Control de la estrategia internacional.

8.5 Análisis pestel.

8.5.1 Político (riesgo país: riesgo político, administrativo y soberano).

8.5.2 Económico (riesgo de cambio).

8.5.3 Socio-cultural (modelos de diferencias culturales).

8.5.4 Tecnológico (I+D+i).

8.5.5 Ecológico.

8.5.6 Legal.

8.6 Perfil estratégico del entorno del país.

8.6.1 Análisis país de origen.

8.6.2 Análisis genérico.

8.6.3 5 fuerzas competitivas de Porter.

8.6.4 Perfil estratégico del entorno sector x.

8.6.5 Entorno específico del sector de actividad internacionalización.

9. Estrategia de internacionalización (modelo de las diez estrategias)

9.1 Estrategia de localización ¿DÓNDE ACCEDEMOS? ¿DÓNDE NOS IMPLANTAMOS?

9.2 Estrategia de entrada y permanencia ¿CÓMO ACCEDEMOS? ¿CÓMO NOS IMPLANTAMOS?

9.3 Estrategia de crecimiento ¿CREAMOS O COMPRAMOS IDEAS?

9.4 Estrategia de convivencia ¿CON QUIÉN VAMOS?

9.5 Estrategia corporativa ¿QUÉ UNIDADES DE NEGOCIO INTERNACIONALIZAMOS?

9.6 Estrategia de internalización ¿QUÉ ACTIVIDADES DE LA CADENA DE VALOR SE INTERNACIONALIZAN?

9.7 Estrategia competitiva ¿CUÁL ES NUESTRA VCS EN EL EXTERIOR?

9.8 Estrategia de estructura ¿CÓMO ORGANIZAMOS LO INTERNACIONAL?

9.9 Estrategia de enfoque ¿CÓMO ENTENDEMOS LO EXTERNO?

9.10 Estrategia de secuencia ¿CUÁL ES EL RITMO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN?

Aplicación Profesional

Con los conocimientos adquiridos en el curso y la práctica realizada, los egresados podrán laborar en instituciones tanto públicas como privadas como consultores e investigadores.

Perfil del Profesor

Conocimientos en procesos de internacionalización, que labore en alguna agencia gubernamental vinculada a emprendimientos e internacionalización.

Proceso de Enseñanza-Aprendizaje

- Se combinan las exposiciones teóricas con las prácticas, de forma que se vea la aplicación de la teoría y sus resultados.

- Los participantes realizarán y expondrán casos prácticos elaborados a partir de situaciones reales a los que han tenido que hacer frente diferentes empresas, con la finalidad de aplicar los conocimientos adquiridos, así como potenciar su capacidad análisis y toma de decisiones.
- Los casos prácticos u otros contenidos del programa podrán convertirse en foros de opinión o centros de debate en el que contrastar las opiniones de los participantes.
- Dinámica para discutir conceptos de temas asignados.
- Lectura por anticipado de los temas asignados por sesión, tanto del libro obligatorio como de revistas, informes digitales, documentales, videos y otros libros recomendados.
- Exposición de temas de estudiantes.
- Examen parcial y final.
- Proyecto final sobre el plan de internacionalización en una empresa.

Actividades Extracurriculares

Asistencia a eventos, desarrollo de investigación en consultoría.

Evaluación del Aprendizaje

Exámenes	50%
Trabajos de investigación	30%
Exposiciones	10%
Tareas	5%
Participación	5%

Bibliografía

- Jon Landeta Rodríguez y Oskar Villarreal Larrinaga (2006), La estrategia de internacionalización de la empresa: Un estudio de casos de multinacionales vascas, Universidad del País Vasco, Bilbao, España.
- Ortega Giménez, Alfonso; Espinosa Piedecausa, José Luis (2018), Comercio Internacional Plan de internacionalización empresarial Manual práctico, © 2018 Esic Business & Marketing School.
- Yolanda Pedrero Carrasco (2015) La estrategia de internacionalización: análisis comparativo de los mecanismos de entrada en mercados exteriores de seis empresas que operan en diferentes sectores de la economía,

- Universidad de Barcelona. Trabajo de fin de máster.
- Llamazares García-Lomas, Olegario (2017), Plan de Internacionalización para Empresas, Editorial: Global Marketing Strategies, Madrid, España. Gloria García (2012), Estrategias de internacionalización de la empresa, Editorial: PIRAMIDE.
 - <https://www.siem.gob.mx/siem/intranet2017.asp>
 - <https://www.gob.mx/promexico>
 - <https://www.inadem.gob.mx/>