

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5024 - INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT EN UNA ECONOMIA GLOBAL

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Segon
- Trimestre: Tercer
- Crèdits: 4
- Professorat:
 - Eloi Serrano Robles <eserrano@tecnocampus.cat>
 - Anna Maria Vidal Cardona <avidal@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Català

Competències que es treballen

Bàsica

- B2. Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïxin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.
- B5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Específica

- E5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- E6. Sintetitzar i avaluar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial.
- E11. Aplicar els coneixements per emprendre projectes de negocis que permetin la creació de noves empreses o la millora de les ja existents, aplicant idees innovadores i creatives.
- E12. Aplicar la llengua anglesa en diferents entorns culturals de negociació empresarial.

General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

Transversal

-

- T1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- T2. Mostrar disposició per conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- T3. Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin l'aversion al risc.
- T5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

Descripció

Des de l'era industrial la integració de mercats i factors no ha parat de créixer, és el que es coneix com a globalització. En aquest procés les empreses han vist com els factors que determinen la seva competitivitat sobrepassa l'àmbit nacional. En aquest sentit la internacionalització ha esdevingut una estratègia cada cop més estesa i assumida per les empreses. Aquesta assignatura pretén estudiar, tant des d'un punt de vista teòric com aplicat com afrontar la internacionalització de l'empresa. Tanmateix s'inclou un tema relacionat amb la distribució de les cadenes de valor de les empreses a nivell internacional i un anàlisi del paper del COVID en aquesta estratègia.

Resultats d'aprenentatge

- Entendre i avaluar la globalització, el seu abast i les seves conseqüències i la importància de la internacionalització en la competitivitat empresarial.
- Avaluar els factors que fan convenient operar en altres localitzacions i les diferents formes que té l'empresa d'internacionalitzar-se.
- Planificació del procés d'internacionalització d'una empresa.
- Entendre els principals reptes que ha de fer front una empresa en el context Internacional.
- Conèixer els instruments legals bàsics que afecten al comerç internacional.

Metodologia de treball

Sessions Teòriques

MD1. Classes magistrals. Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor a la qual assisteixen tots els estudiants matriculats a l'assignatura.

Aprenentatge dirigit

MD7. Estudi de casos. Dinàmica que part de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar l'estudiant en una situació en concret, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent. El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

Continguts

Contingut de la Part d'Empresa

- 1. Introducció a la internacionalització de l'empresa.** En aquest apartat parlem de la necessitat d'entendre com la globalització és un fenomen que envolta l'empresa i d'aplicar els elements d'anàlisi per minimitzar-ne l'impacte.
- 2. Marc General dels negocis internacionals.** En aquest punt estudiem els elements que poden condicionar l'estratègia d'internacionalització de l'empresa.
- 3. Marc Teòric de la internacionalització.** Fem èmfasi en les diferents teories que expliquen la internacionalització de l'empresa.
- 4. L'estratègia d'importació.** En aquest apartat estudiem com l'empresa ha d'afrontar un procés d'internacionalització via importacions.
- 5. L'estratègia d'exportació.** Aquí estudiem els elements que determinen l'estratègia d'internacionalització via exportació i com afrontar l'entrada comercial a nous mercats.
- 6. L'opció de la inversió directa.** En aquest apartat fem èmfasi als elements que condicionen l'establiment d'una empresa en una economia estrangera
- 7. Les cadenes de valor internacionals, reptes davant del COVID**

El contingut de la part de dret s'estructura en 3 temes bàsics

PART 1.- INTRODUCCIÓ AL DRET INTERNACIONAL PRIVAT

Conceptes bàsics per a no juristes.

Les fonts del dret internacional

PART 2.- FISCALITAT INTERNACIONAL

El concepte de doble imposició i mesures per corregir-lo

Imposició de la renda i l'ordenament comunitari

L'IVA en les operacions internacionals

PART 3.- Principis legal bàsics de la contractació internacional

La *lex mercatoria* i els incoterms: el seu valor jurídic

Competència judicial per resoldre els conflictes derivats dels contractes

La llei aplicable als contractes internacionals

Referència especial als contractes de compraventa de mercaderies

El Conveni de Viena sobre compraventa internacional de mercaderies

Breu referència als contractes de consum on-line

Activitats d'aprenentatge

Classes teòriques.

Anàlisi, per part de l'alumne, d'un cas d'internacionalització. Inclourà l'adequació de l'empresa escollida amb el marc teòric explicat a classe.

Comentari de casos específics i singulars d'internacionalització.

Comentari de notícies aparegudes als mitjans en relació a la internacionalització de l'empresa.

Visualització de vídeos sobre casos específics.

3 Conferències de reconeguts experts en els diferents àmbits de la internacionalització d'empreses.

Sistema d'avaluació

Per a l'avaluació de l'assignatura es tindrà en compte:

La part de Management 70%

- al final de cada tema es realitzarà un test de repàs, el conjunt dels textos representa el 20% de la nota final.
- al final de cada conferència l'alumne haurà de respondre a unes preguntes, aquesta part comptarà un 30%
- el resultat obtingut en un examen final (50%), cal assolir com a mínim un 4 sobre 10 per poder fer la mitjana de l'avaluació continua.

La part de Dret 30%

Aquest 30% es divideix en un 15% que serà l'examen final.

Cal arribar a la nota mínima de 4 a l'examen per a que sumi amb la part pràctica 15% de la part pràctica distribuïdes de la següent manera:

Assistència i realització d'exercicis en les classes de seminari que seran les que es realitzaran de manera presencial en grups petits. L'activitat es realitzarà a classe però el lliurament serà online 5% Activitat a fer en grups

Test de repàs al final de cada apartat del temari 5% realització online.

Activitat individual: Assistència i treball sobre la conferència que s'impartirà per part d'algun Professional que treballi en l'àmbit d'organismes internacionals amb capacitat d'incidència en la legislació i jurisprudència sobre comerç internacional (TJUE, Comissió Europea o similar) 5% Activitat individual

RECUPERACIÓ

Només es podrà recuperar el 50% corresponent a l'examen final (caldrà obtenir un 4 sobre 10 a l'examen per fer mitja amb les notes d'avaluació continua). Ni el treball en grup ni les activitats de classe són recuperables.

Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO pot presentar-se a la recuperació.

Recursos

Bàsics

Bibliografies

-

García, G (2012) "Estrategias de internacionalización de la empresa - Cómo realizar negocios internacionales". Editorial Pirámide.

- Ramírez Gomez Salvador "Lecciones de Fiscalidad Internacional" , TECNOS, 2014