

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

120433 - INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT EN UNA ECONOMIA GLOBAL

Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Quart
- Trimestre: Tercer
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Eloi Serrano Robles <eserrano@tecnocampus.cat>
 - Anna Maria Vidal Cardona <avidal@tecnocampus.cat>
 - Maria Del Roser Álvarez Klee <malvarezk@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Català
- Anglès

Consulta els horaris dels diferents grups per saber l'idioma d'impartició de classes. Tot i que el material pot estar en qualsevol dels tres idiomes.

Competències que es treballen

Bàsica

- B4_ Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat

Específica

- E11_Analitzar i valorar adequadament l'entorn científic-tecnològic i econòmic, tant per buscar oportunitats innovadores com per establir els processos necessaris per adaptar l'organització a aquest entorn
- E16_Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en almenys una tercera llengua estrangera
- E2_Definir la política de l'empresa en entorns internacionals i impregnar una dimensió global i internacional als negocis empresarials

General

-

G1_ Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant enfront opinions discrepans fins arribar a posicions de concens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements

- G2_ Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant del canvi i estar disposats a reavaluar els vells models mentals que limiten el pensament

Transversal

- Comunicar con propiedad de forma oral y escrita en las dos lenguas oficiales en Cataluña

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.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

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.

Casos d'estudi: Anàlisi, per part de l'alumne, de 4 casos 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.

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%

- Es durant a terme 4 activitats a partir de casos d'estudi. La mitjana de les qualificacions de les 4 activitats representa el 14% de la nota final.
- Es faran 2 examens parcials. Aquesta part comptarà un 21%
- El resultat obtingut en un examen final (35%), cal assolir com a mínim un 5 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

A

RECUPERACIÓ

Només es podrà recuperar el 50% corresponent a l'examen final (caldrà obtenir un 5 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

- Garcia, G (2012) “Estrategias de internacionalización de la empresa - Cómo realizar negocios internacionales”. Editorial Pirámide.
- Ramírez Gomez Salvador “Lecciones de Fiscalidad Internacional” , TECNOS, 2014

Complementaris

Bibliografies

- Schmid, S. (2018). Internationalization of Business. Springer International Publishing.