

MERCADOS GLOBALES

Esta asignatura tiene como objetivo dar respuesta a las principales cuestiones que se plantea una empresa cuando elabora su estrategia de comercialización en mercados exteriores:

- ¿Cómo seleccionar el país que ofrece mayores ventajas comparativas para comercializar, distribuir o producir?
- ¿Cuál es la estrategia más apropiada en cuanto a la forma de implantación, ubicación de la empresa, organización y recursos humanos?
- ¿Qué política de marketing debe llevarse a cabo para comercializar los productos y servicios que se ofrezcan?
- ¿Cuáles son los costes y la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto, así como los objetivos y la rentabilidad que pretende alcanzarse?

En este sentido el objetivo de la asignatura es que los alumnos tengan un conocimiento fundamental de la DEFINICIÓN, LÍMITES Y CONCIENCIACIÓN de lo que es una estrategia de internacionalización

Contenidos

1. Estrategias genéricas de Porter
2. Entornos genéricos de BCGH
3. Entornos genéricos “Gustavo Mata”
4. Modelos de crecimiento BCG
5. Ciclo de Vida
6. Macro Entorno Análisis PEST
7. Cadena de Valor
8. DAFO
9. Crecimiento e internacionalización

Metodología

El estudiante, una vez entendidas las herramientas del punto anterior tendrá que proceder a establecer su opinión acerca de casos reales teniendo que razonarlo y exponerlo en clase (trabajo en grupo), en este sentido será fundamental la participación de los alumnos, incentivada por el profesor.

Siempre con ayuda y el guión del profesor se obtendrán unas conclusiones de tal forma que se pueda apreciar el valor de la asignatura en el mundo real.

Evaluación

Los alumnos tendrán que realizar un trabajo mostrando su entendimiento de las herramientas aprendidas a cerca de una empresa real.

El trabajo será realizado en grupo, dicho trabajo a juicio y calificación del profesor, será el que decida la calificación del estudiante.

De tal forma que un 80% de la nota vendrá dada por la calificación del trabajo y el 20% restante será dada de la participación del estudiante en clase.

En cuanto a los detalles para la presentación del trabajo serán establecidos por el profesor en la última sesión en función del nivel apreciado.

Casos de estudio

Mercadona
Zeltia