

Experiencia de evaluación continua en una asignatura virtual optativa. Desarrollo de un Plan de Negocio Internacional.

Nieves García Casarejos

Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, ngarcia@unizar.es

Ficha asignatura:

Asignatura: Internacionalización de Pymes

Carácter: optativa, 6 créditos

Curso: tercero

Titulación: Diplomatura en Ciencias Empresariales

Itinerarios: Obligatoria de los itinerarios en

“Gestión y Dirección de PYMES” y “Comercio Internacional”

Se elabora un Plan de Negocio Internacional
Se aplica a una empresa real
Se trabaja con herramientas reales, que utilizan las empresas que exportan

Puntos fuertes de la metodología aplicada:

- Rigurosa y sistemática programación temporal de la asignatura.
- Materiales adaptados. Se distribuye la carga en las 15 semanas de forma homogénea.
- Se establecen objetivos semanales con fechas recomendadas de realización y fechas límite de entrega de cada una de las partes.
- Actitud proactiva en lugar de reactiva, a la hora de subsanar posibles errores en la elaboración del trabajo por parte del estudiante
- Reduce el riesgo de abandono, principal peligro de las optativas virtuales
- Se utilizan tanto los anuncios como el calendario para reforzar la programación temporal

Tabla de contenidos de Libro de prácticas

- Os recomendamos seguir la práctica, mediante pequeños avances semanales (a un ritmo similar a los presenciales). Si queréis ir más rápido...
- Plan Estratégico (tareas con fecha recomendada de realización semanal)
 - 2.1 Análisis de entorno global (incluye la herramienta H1). Fecha recomendada: 25 de febrero
 - 2.1.1 H1. Análisis del entorno
 - 2.2 Análisis sectorial y estudios de mercado y sectoriales (incluye herramienta H2). Fecha recomendada 4 de marzo
 - 2.2.1 H2. Análisis detallado de las seis fuerzas del sector de actividad
 - 2.3 Fuentes de ventajas competitivas y análisis interno (incluye dos herramientas: diagnóstico y H3). Fecha recomendada: 11 de marzo
 - 2.3.1 Diagnóstico. Fuentes de Ventajas competitivas
 - 2.3.2 H3. Análisis de la empresa
 - 2.4 Análisis interno (terminar) y DAFO. Fechas recomendada: 18 de marzo
 - 2.5 Misión, visión y objetivos. Fecha recomendada: 25 de marzo
 - 2.6 Proceso de selección de país y Matriz McKinsey (incluye herramientas H4 y H5). Fecha recomendada: 15 de abril
 - 2.6.1 H4. Identificación, preselección y elección de mercados
 - 2.6.2 H5. Matriz de McKinsey
 - 2.7 Estrategias y Formas de acceso. Fecha recomendada: 22 de Abril
- Plan Operativo (tareas con fecha recomendada de realización semanal)
 - 3.1 Qué: producto, normas, gravámenes, taric. Fecha recomendada: 29 de Abril
 - 3.2 A quién. Determinación del precio (incluye herramienta H6). Fecha recomendada: 6 de Mayo
 - 3.2.1 H6. Simulación del precio de exportación
 - 3.3 Cómo, cuánto y cuándo. Fecha recomendada: 13 de Mayo

Plan	Fecha recomendada
H1 Análisis del entorno	25 de febrero
H2 Análisis de Porter, estudios sector	4 de marzo
H3 y fuentes de ventajas compet.	11 de marzo
H4 y DAFO.	18 de marzo
misión, visión, obj. reflexión	25 de marzo
H4 y H5	15 de abril
Estrategias y formas de acceso	22 de abril
Entrega obligatoria Plan Estratégico	29 de abril
Qué: normas, gravámenes, taric, producto	29 de abril
A quién: H6	6 de mayo
Cómo y Cuánto y Cuándo	13 de mayo
Previsiones H7 y Cuenta Previsional H8	20 de mayo
Conclusiones y preparar presentación	27 de mayo
Entrega obligatoria Plan Completo	2/3 Junio

