



uc3m MADI

MASTER EN DIRECCIÓN INTERNACIONAL DE EMPRESAS COURSES

uc3m

Universidad
Carlos III
de Madrid



uc3m MADI

PERIOD 1

In English

INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Course 2020/2021

Type: Compulsory

ECTS Credits: 6.0 ECTS

COURSE OVERVIEW

In today's increasingly complex global environment, developing and making strategic choices are the mainstays of successful decision-making. This course focuses on the challenges and opportunities that arise from strategy formulation for international business. Using an action-oriented approach, students will learn how to set goals, analyze competition, and align resources to achieve sustainable competitive advantages in global markets..

LEARNING OUTCOMES

By the end of the course, participants will be able to:

- Define international business and understand the nature of an MNC
- Elaborate an industry's report in order to define the attractiveness of industries and sectors for investment and to identify their potential for change
- Understand the reasons to create value by going global.
- Appreciate the importance of internationalization in technological industries.
- Elaborate a firm's report in order to diagnose their competitive advantage and their potential to go abroad.
- Know the content of the basis multinational strategies: transnational, international, multi-domestic, and global strategies.
- Choose a multinational strategy by using the diagnostic questions that help MNC to cope with the global-local dilemma.
- Understand the modes of operations in international business
- Appreciate the benefits and costs of international trade.
- Be familiar with the basic theories that explain foreign direct investment.

COURSE CONTENT

1. Introduction to international business consulting
2. The MNC and the environment
3. The MNC and their competitive advantage
4. Formulation: Business strategy of multinational enterprises
5. Formulation: Corporate strategies
6. Internationalization decision part I: Location choice
8. Internationalization decision part II: Operation choice
9. Coordinating the international strategy

CROSS-CULTURAL MANAGEMENT AND LEADING PEOPLE
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Course 2020/2021

Type: Compulsory

ECTS Credits: 6.0 ECTS

COURSE OVERVIEW

Phrases like “people are our most important asset” or “our strength is our people” are bandied about by many organizations in their mission statements and their annual reports. The rapidly changing nature of business in today’s economy pushed by combined with a growing need of knowledge workers is making people management (PM) an increasingly important part of executive planning and actions. Thus, PM is a key task for senior managers. This course aims at providing participants with a systematic and strategic framework to address the main PM issues and activities likely to be encountered in any organization. In addition, that they understand the challenges raised by an effective and social responsible management of people. The students will also learn about the main PM policies that can be implemented in an organization and how to achieve a competitive advantage through people. Lastly, the students will discuss about different types of cultures and will learn how to work effectively across them.

LEARNING OUTCOMES

By the end of the course, participants will be able to:

- Critically evaluate the success of PM from multiples perspectives (e.g.: customers, owners, managers and employees);
- Know how to translate their understanding about effective management of people into policies and practices coherent with the organization strategy;
- Undertake team based and individual analyses of a range of PM issues and consider informed proposals to address them.
- Identify and analyze cultural differences.
- Understand the research regarding the dimensions of culture.
- Adapt management and communication style to effectively to work across cultures

COURSE CONTENT

1. The pillars of People Management
2. People Management Policies
3. Employee selection
4. Compensation and incentives
5. Comparative and International Human Resource Management
6. Working across cultures. Visible cultures differences.
7. Invisible cultural differences. Strategies to deal cultural differences
8. Handling cultural differences in practice
9. Cultural Differences in leadership and people management
10. Managing and working well with diversity
11. Discussion of case studies

INTERNATIONAL MARKETING

Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI

Course 2020/2021

Type: Compulsory

ECTS Credits: 6.0 ECTS

COURSE OVERVIEW

In today's international business environment, effective marketing is an essential part of every successful business. In order to stay competitive, corporations - multinationals as well as small businesses - must understand the dynamics of the global marketplace. This course is designed to examine in-depth the process of marketing goods and services on an international basis. Particular emphasis is placed on environmental problems facing international marketers as well as multinational corporations. Using readings from the required text, articles from recent business press and cases, students learn international marketing strategies relating to products and services, the international marketing mix and marketing tactics, and the development of marketing management on an international level within the multilateral business environment

LEARNING OUTCOMES

At the end of the course participants will be able to:

- Recognize the forces underlying the development of international business, and the unique challenges that exist when entering the global marketplace, and how to understand and overcome them.
- Demonstrate an understanding of the major differences between national and international marketing planning and understand and comprehend the procedures and techniques for import export trade.
- Appreciate the role of international market research in decision making.
- Identify the major methods of market selection and foreign market entry.
- Recognize those factors which distinguish the marketing mix for overseas markets as opposed to domestic markets.
- Understand the implications of international market extension with regard to organizational and structural change.

COURSE CONTENT

1. Intro to Marketing Fundamentals and Strategic Marketing
2. Segmentation, targeting and positioning
3. Marketing mix and branding
4. Domestic Marketing Plan versus International marketing plan
5. Insight into International Marketing
6. International Market Research and Selection I
7. International Market Selection (II)
8. Entry Mode choices in International Marketing (I)
9. Entry Mode choices in International Marketing (II): Cases
10. International Marketing Mix decision: Standardization vs Adaptation)
- 11 International branding
- 12 Operational Control between headquarters and subsidiaries

INTERNATIONAL BUSINESS LAW

Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI

Course 2020/2021

Type: Compulsory

ECTS Credits: 3.0 ECTS

COURSE OVERVIEW

The course aims to introduce students to the basic knowledge of international trade, particularly to the legal framework for commercial contracts. Special importance is awarded the contract for the international sale of goods, the legal regime of the transfer of risk (Incoterms), other international agreements, such as distribution, and agency and franchise contracts. The course will also introduce the students to the alternative methods of dispute resolution: arbitration and mediation or conciliation.

LEARNING OUTCOMES

By the end of the course, participants will be able to:

- Be aware and understand the complexities of commercial contracts: negotiation, formation of the contracts, obligations of the parties, and dispute resolution.
- Understand the main themes in commercial contracts, such as sale of goods, distribution, carriage of goods and other forms of business cooperation. The importance of companies in modern economy and the basic legal issues in relation to them.
- Be able to recognize potential legal problems in relation to international commercial contracts.
- Be knowledgeable about international trade, and the legal instruments for commercial contracts.
- Understand the legal issues in international trade.

COURSE CONTENT

1. International Business Transactions. International contracts
2. Obligations of the seller. Obligations of the buyer
3. Incoterms 2020.
4. Contract of carriage of goods (by sea, road and air)
5. Documentary credits
6. Getting started. Choosing the legal structure for your business
7. Structuring investment and decision making

INTERNATIONAL ACCOUNTING AND FINANCE
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Course 2020/2021

Type: Compulsory

ECTS Credits: 3.0 ECTS

COURSE OVERVIEW

This course provides a comprehensive and rigorous knowledge of the key areas of international finance and accounting treatment. In this course, students will also learn about accounting and financial reporting, followed by a description of the development of international standards and the present structure, role and operations of the International Accounting Standards Board. At the end of the course, students should be able to understand and assess the environment and tools of international accounting and financial management. The contents include also studying major investment decisions in a multinational context. Finally, a group assignment will enable the candidates to demonstrate the concepts reviewed.

LEARNING OUTCOMES

By the end of the course, participants will be able to:

- Understand the mechanics of financial statements
- Identify main drivers and ratios of financial statements
- Assess the main characteristics of financial structures
- Be familiar with financial planning and adjust it to different international environments
- Elaborate analysis of international companies based on their financial statements

COURSE CONTENT

1. Interpreting Financial Statement
2. Evaluating Financial Performance
3. Financial reporting and analysis of MNCs
4. Financing Activities in a multinational context
5. Investing Global Operations
6. Planning Future Financial Performance.

GLOBAL VALUE CHAIN, TRANSPORTATION AND LOGISTICS
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Course 2020/2021

Type: Compulsory

ECTS Credits: 3.0 ECTS

COURSE OVERVIEW

This course will provide students with a framework from where to understand Value Chain, Transportation and Logistics as a part of the Operations arena. This course will help the students to get the basics of operations right and being able to understand the relationship that exist among the different fields. At the end of the course, the students should be able to face real life challenges in the operational arena and use the right tools to approach them.

LEARNING OUTCOMES

By the end of the course, participants will be able to:

- Asses the excellence of an operational setting
- Elaborate an improvement plan based on sound operations knowledge
- Understand the importance of People over all Operations fields
- Understand how Services are different from Products
- Know the techniques of Lean: When and How to apply each of them
- Be familiar with Digitalization and Automation key concepts

COURSE CONTENT

1. Designing Company Operations
2. Designing Operations for a Service Business
3. Digital Operations & Lean Management
4. Project Management
5. Quality I
6. Quality II

DIGITAL MARKETING

Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI

Course 2020/2021

Type: Compulsory

ECTS Credits: 3.0 ECTS

COURSE OVERVIEW

One relatively new way of classifying Digital Marketing is separating: Owned, Earned and Paid media. Owned typically concerns the tools that brands directly control, such as its web page. Earned covers all of the SEO activities and brands positioning in other organic rankings such as popular social media and Amazon. Finally Paid, covering all of the ways brands have available to appear through advertising in different digital media.

LEARNING OUTCOMES

78% of marketers believe that marketing will undergo fundamental change over the next 5 years. Digital budgets will account for more than 76% of marketing budgets in next 5 years.

Based on the above and in order to survive professionally you will need to:

- Acquire a solid digital knowledge base (you might think you have one, but you don't).
- Know all the online marketing tools and how to use them in every business area.
- Own an integral vision off/on line business.
- Develop an ability to identify and pursue new business opportunities on the digital economy.

COURSE CONTENT

1. Digital world introduction
2. Digital marketing fundamentals
3. Search Engines I
4. Search Engines II
5. Display advertising & Social Media
6. Video, Mobile, email, Marketing Automation.



uc3m MADI

PERIODO 2

En Español

PROYECTO FIN DE CURSO
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Obligatoria

Créditos ECTS: 6.0 ECTS

OBJETIVO

El objetivo de este proyecto empresarial es que el alumno conozca y sepa aplicar una metodología para la realización de un Proyecto de Internacionalización a través de la cual se da respuesta a las principales cuestiones que se plantea una empresa cuando elabora una estrategia de comercialización o de implantación en mercados exteriores:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Como resultado de aprendizaje de esta asignatura, los estudiantes serán capaces de:

- Analizar cómo afecta el entorno internacional y la propia situación interna de la empresa a su expansión exterior.
- Seleccionar los mercados de mayor potencialidad y/o accesibilidad para sus productos y servicios, en base a información primaria y secundaria contrastada.
- Elegir la forma de acceso a los mercados seleccionados, bien sea a través de fórmulas de exportación directa o indirecta, alianzas estratégicas, acuerdos de licencia o franquicia o mediante procesos de implantación vía delegación, filial comercial o filial de producción.
- Diseñar una política de marketing en la que se analicen las adaptaciones que deben realizarse en la oferta de productos, los precios y los canales de distribución, además de proponer una política y un presupuesto de comunicación para los mercados seleccionados.
- Evaluar los costes y la inversión necesaria para llevar a cabo el Proyecto de Internacionalización, así como los objetivos de venta y rentabilidad que pretenden alcanzarse.
- Identificar las fuentes de financiación disponibles para llevar a cabo Proyectos de Internacionalización, tanto a través de financiación privada como pública.

CONTENIDOS DEL CURSO

1. Análisis de la empresa, productos, cadena de valor.
2. Análisis económico-financiero de la empresa
3. Análisis del sector y de la competencia (nacional, internacional)
4. Selección del mercado objetivo. Estudio de mercado
5. Elección de la forma de entrada al mercado extranjero
6. Política de marketing internacional
7. Plan económico financiero
8. Plan de operaciones

TÉCNICAS DE COMERCIO EXTERIOR
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Obligatoria

Créditos ECTS: 6.0 ECTS

OBJETIVOS

Esta asignatura tiene como objetivo formar a los alumnos en las áreas relativas a la gestión de las operaciones de comercio exterior dentro de la empresa. El alumno dispondrá de un cuerpo sólido de conocimientos conceptuales, técnicos y de procedimiento, relativos al proceso exportador de la empresa en todas sus vertientes incluidos los aspectos de transporte y logística internacional.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, se espera que con esta asignatura el alumno adquiera las siguientes competencias:

- Planificar, ejecutar y supervisar operaciones de compra-venta que tengan por finalidad el comercio exterior, cualquiera que sea la naturaleza de éstas.
- Comprender el papel de las aduanas en cualquier operación de transporte internacional.
- Valorar los diferentes medios de cobro y pago en las operaciones import-export, así como los diferentes instrumentos de apoyo a la internacionalización.
- Analizar los medios de transporte a nivel técnico, comercial y documental.

CONTENIDOS DEL CURSO

1. Desarrollo de la Estrategia internacional.
2. Formas de Acceso a Mercados Exteriores.
3. La compra venta internacional
4. Documentación comercial de comercio exterior. Aduanas
5. Financiación de la exportación a corto plazo Medios de pago internacionales
6. Financiación de la exportación a corto plazo. Garantías
7. Financiación de la exportación a medio y largo plazo.
8. Instrumentos de apoyo a la internacionalización de la empresa (CESCE, ICEX, Cofides, etc.).
9. La logística y el transporte internacional. La protección física de la mercancía
10. La protección jurídica de la mercancía
11. Modos de transporte
12. Documentación del transporte internacional

ANÁLISIS DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE PROYECTOS
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Obligatoria

Créditos ECTS: 3.0 ECTS

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Este curso permite a los estudiantes adquirir conocimiento sobre las principales herramientas para la gestión financiera de grandes proyectos. Es de gran relevancia para las empresas internacionales saber utilizar este modelo de financiación a largo plazo dado porque está siendo ampliamente utilizado en el ámbito de las infraestructuras, energía, etc. Además, la estructura de Project finance facilita la financiación y explotación de proyectos conjunto entre el sector privado y el público.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, se espera que con esta asignatura el alumno adquiriera las siguientes competencias:

- Entender la estructura económica y la valoración de proyectos a largo plazo.
- Analizar y solventar factores críticos de evaluación de proyectos.
- Estructurar planes de inversión de proyectos estratégicos
- Identificar fuentes de financiación en términos de coste y tiempo que se ajusten al plan económico del proyecto.

CONTENIDOS DEL CURSO

1. Operaciones de “Project Finance”: ¿cuándo, cómo y dónde?
2. Estructura de una operación de Project Finance y sus procesos
3. Riesgos en operaciones de Project Finance
4. Coberturas para riesgos en operaciones de Project Finance
5. El modelo financiero
6. Análisis de sensibilidad y rentabilidad en operaciones de Project Finance

ENTORNO ECONÓMICO INTERNACIONAL
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Obligatoria

Créditos ECTS: 3.0 ECTS

OBJETIVO

Esta asignatura proporciona los instrumentos teóricos y prácticos de análisis económico, necesarios para comprender el entorno económico internacional donde se desarrolla la actividad de las empresas multinacionales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender y analizar críticamente los principales indicadores económicos, así como la interrelación que hay entre ellos.
- Entender las principales metodologías de diagnóstico macroeconómico, así como las medidas de política económica existentes para corregir desequilibrios.
- Comprender y analizar la situación económica internacional y los informes de país que realizan el FMI, la OCDE y otras instituciones nacionales e internacionales.

CONTENIDOS DEL CURSO

1. Introducción al análisis del entorno económico. Estructura de un informe país.
2. Indicadores económicos: coyunturales vs estructurales.
3. Indicadores económicos coyunturales: sector real (actividad económica, mercado de trabajo e inflación), sector público, sector exterior y sector monetario-financiero.
4. Indicadores económicos estructurales: datos generales, empleo, economía del conocimiento, reformas económicas, medioambiente, calidad de vida y cohesión social.
5. Diagnóstico macroeconómico: el cuadrado mágico de política económica, el pentágono de identificación de desequilibrios macroeconómicos y el procedimiento de desequilibrios macroeconómicos.
6. Análisis de la política económica: políticas de estabilización y políticas estructurales.
7. Casos prácticos de países y áreas geográficas.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EXTERIORES
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Obligatoria

Créditos ECTS: 3.0 ECTS

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura los estudiantes conocerán y podrán aplicar las principales técnicas de búsqueda de información y desarrollo y estructuración de una investigación de mercados para el proceso de internacionalización empresarial. Se hará especial hincapié en la aplicación de dichas metodologías para la toma de decisiones a adoptar por las pequeñas o medianas empresas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, se espera que con esta asignatura el alumno adquiriera las siguientes competencias:

- Ser capaz de buscar información relevante online sobre mercados exteriores
- Desarrollar habilidades en la automatización de búsqueda de información
- Clasificar y evaluar información relevante para elaborar estudios de mercado
- Analizar de manera crítica la información obtenida para la toma de decisiones en mercados internacionales

CONTENIDOS DEL CURSO

1. Fuentes de información para la investigación de mercados
2. Métodos de preselección de mercados
3. La elaboración de un estudio de mercado
4. Búsqueda avanzada de información online para el exportador
5. Automatización de las búsquedas de información. Netvibes
6. Análisis digital de la información en mercados internacionales
7. Diseños experimentales. Tests A/B

E-BUSINESS EN MERCADOS GLOBALES
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Optativa

Créditos ECTS: 3.0 ECTS

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura los estudiantes conocerán y podrán aplicar las principales técnicas para la puesta en marcha de un negocio de venta online preparado para abordar mercados internacionales. Se hará especial hincapié en las herramientas de software disponibles para desarrollar el comercio electrónico, desde la creación de la web y apps hasta la implementación de medios de pago.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, se espera que con esta asignatura el alumno adquiriera las siguientes competencias:

- Aprender a crear una empresa en internet con un capital mínimo y lanzarla con éxito sin ayuda de terceros.
- Conocer la tecnología en internet y el posicionamiento que ofrece el negocio.
- Entender el marketing en internet y el posicionamiento en buscadores, así como las claves de su éxito.
- Detectar y encontrar posibles oportunidades en internet
- Saber ajustar la empresa a unos costes mínimos y eliminar las piezas máximas de la cadena de valor.

CONTENIDOS DEL CURSO

1. Internet y los modelos de negocio. Creación de valor añadido.
2. Figuras jurídicas para la creación del e-business
3. La creación de la web.
 - La estructura
 - El dominio, su importancia y su registro
 - Diseño responsive
 - Creación de banners
 - Software para crear una web de comercio electrónico
4. Puesta en marcha: la prueba piloto.
5. Apps para dispositivos electrónicos
6. Sistemas de seguridad y protecciones legales (agencia de protección de datos, patentes y marcas, ley de cookies)
7. Gestión de la cadena de valor del comercio electrónico
8. El marketing online, el uso de email y de las herramientas de Google

NEGOCIACIÓN Y PROTOCOLO INTERNATIONAL
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Optativa

Créditos ECTS: 3.0 ECTS

OBJETIVO

Este curso aporta conocimientos y herramientas para ayudar a mejorar las habilidades negociadoras de los estudiantes, en un contexto internacional. Hoy en día, es una habilidad fundamental para que los profesionales avancen a lo largo de su carrera profesional. Conocerás las fases por las que atraviesa un proceso de negociación, en un contexto internacional. Además, aprenderás estrategias y tácticas para negociar en un contexto global utilizando un enfoque local. También, entenderás cuáles son las normas que rigen el protocolo para cada tipo de negociación y lo pondrás en práctica en clase. Todo ello, te convertirá en un profesional polivalente capaz de sacar adelante los proyectos en los que estés involucrado.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Como resultado de aprendizaje de esta asignatura, los estudiantes serán capaces de:

- Identificar las fases de un proceso de negociación internacional
- Preparar y defender ofertas internacionales ante los *stakeholders* implicados
- Comprender las normas que rigen el protocolo en los negocios internacionales
- Entender los estilos de negociación en un entorno multicultural
- Conocer y aplicar estrategias y técnicas para la negociación internacional

CONTENIDOS DEL CURSO

1. El líder global. Estilos negociadores
2. El proceso de negociación internacional
3. Comunicación y negociación en un contexto multicultural
4. Estrategias para negociar en un contexto multicultural
5. Protocolo y cultura en los negocios internacionales
6. Planificación y organización de misiones comerciales

FISCALIDAD INTERNACIONAL
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Optativa

Créditos ECTS: 3.0 ECTS

OBJETIVO

El objetivo de esta materia es proporcionar unos conocimientos básicos sobre las principales consecuencias tributarias de las actividades empresariales de alcance nacional e internacional. En concreto, se profundiza en la fiscalidad aplicable en España derivada de la obtención de rentas en el exterior y la fiscalidad indirecta aplicable a las entregas de bienes y prestaciones de servicios transfronterizas, tanto las realizadas en el ámbito intracomunitario como las realizadas fuera de la Unión Europea.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Con esta asignatura, los alumnos podrán:

- Comprender aspectos básicos del sistema tributario para el entorno internacional
- Asimilar las peculiaridades de la imposición directa e indirecta.
- Examinar la importancia de los convenios de doble imposición
- Analizar la tributación de operaciones internacionales y la fijación de precios de transferencia

CONTENIDOS DEL CURSO

1. La tributación internacional. Derecho Tributario Internacional.
2. Convenios para evitar la doble imposición
3. La imposición directa
4. La imposición indirecta
5. Operaciones vinculadas y precios de transferencia

CONTROL DE GESTIÓN Y AUDITORÍA
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Optativa

Créditos ECTS: 3.0 ECTS

OBJETIVO

El objetivo del curso es doble: Por un lado, reside en conocer los principios básicos de consolidación para poder interpretar los estados financieros consolidados de grupos empresariales. Por el otro, se pretende que los alumnos adquieran una visión general de la auditoría en el entorno internacional.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Como resultado de aprendizaje de esta asignatura, los estudiantes serán capaces de:

- Conocer y aplicar la normativa contable a los grupos de sociedades
- Interpretar estados financieros consolidados y tomar decisiones en base a ellos.
- Examinar y comprender los informes de auditoría de empresas multinacionales

CONTENIDOS DEL CURSO

1. Los grupos de empresas y su información contable
2. Consolidación y normativa aplicable
3. Métodos de consolidación contable
4. Cuentas anuales y operaciones en moneda extranjera
5. La auditoría de cuentas. Concepto y aspectos legales
6. El proceso de auditoría. El informe y sus salvedades

SEMINARIOS REGIONALES

Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI

Curso 2020/2021

Tipo: Optativa

Créditos ECTS: 3.0 ECTS

OBJETIVOS

En esta materia se organizan seminarios y jornadas técnicas a cargo de profesionales de reconocido prestigio y directivos responsables del comercio exterior y procesos de internacionalización, que compartirán con los alumnos sus experiencias reales de éxitos, problemas y soluciones tomadas en sus respectivos proyectos empresariales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, se espera que los alumnos obtengan un conocimiento avanzado de algunos países o regiones clave para la exportación o la inversión directa. En concreto, con esta asignatura se pretende que el alumno adquiriera las siguientes competencias:

- Capacidad para comprender y analizar críticamente los principales indicadores económicos y las políticas económicas y fiscales existentes en dicho país o región.
- Capacidad para adoptar decisiones estratégicas teniendo en cuenta el potencial para la exportación y/o inversión en dicho país o región.
- Capacidad para identificar oportunidades de negocio de sectores específicos en regiones concretas.

SEMINARIOS ORIENTATIVOS, según la programación curso 2019-20

1. Doing Business en Europa del Este. Oportunidades para el sector del packaging
2. Doing Business en EAU (Emiratos Arabes Unidos). Oportunidades para el sector de las infraestructuras
3. Doing Business en LATAM. Oportunidades para el sector de las Smart Cities
4. Doing Business en Reino Unido, tras el Brexit. Oportunidades para el sector de la alimentación
5. Doing Business en Africa. Oportunidades para el sector de las energías renovables
6. Doing Business en China. Oportunidades para el sector de la inteligencia artificial
7. Doing Business en USA. Oportunidades para el sector de la salud

PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Máster en Dirección Internacional de Empresas, UC3M-MADI
Curso 2020/2021

Tipo: Optativa

Créditos ECTS: 6.0 ECTS

OBJETIVOS

Se espera que los alumnos que lo deseen puedan aplicar los conocimientos adquiridos en el programa de máster a situaciones reales. Para ello, tendrán la posibilidad de hacer prácticas en empresas.

Las salidas profesionales de este programa son *múltiples*. Los estudiantes que cursan este programa hacen prácticas en *diferentes departamentos de empresas con actividad internacional* como dirección general, marketing, ventas, exportaciones, operaciones, finanzas y contabilidad, etc. Además, también pueden trabajar en *instituciones públicas*, tanto nacionales como multilaterales, *dedicadas a la promoción del comercio y las inversiones internacionales*.

El número de horas mínimo a realizar es de 180 horas.

ALGUNAS EMPRESAS DONDE LOS ESTUDIANTES HAN REALIZADO PRÁCTICAS





uc3m MADI

www.uc3m.es/madi

uc3m



Universidad
Carlos III
de Madrid