



SECCIÓN
DIRECCIÓN
INTERNACIONAL

LA DOCENCIA EN EL ÁMBITO DE
LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES
EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

2022





ACEDE - SECCIÓN DIRECCIÓN INTERNACIONAL



Equipo de la Sección de Dirección Internacional de ACEDE (2021/2023):

Antonia M. García Cabrera (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) - *Presidenta*

Nuria E. Hurtado Torres (Universidad de Granada) - *Vicepresidenta*

Virginia Hernández Paz (Universidad Carlos III de Madrid) - *Secretaria*

Francisco García Pérez (Universidad de Oviedo) - *Coordinador de Investigación*

Natalia Dejo Oricain (Universidad de Zaragoza) - *Coordinadora de Docencia*

María Gracia García Soto (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) - *Coordinadora de Transferencia*

Maquetación de encuesta: Carolina Córcoles Gil (Universidad Granada)

Maquetación: Sergio López de Jorge (Universidad de Granada)

Hurtado-Torres N.E.; Dejo-Oricain N.; García Soto M.G.; Hernández V.; García F.; García-Cabrera A.M. (2022): La docencia en el ámbito de los negocios internacionales en las universidades españolas. Sección Dirección Internacional, ACEDE.

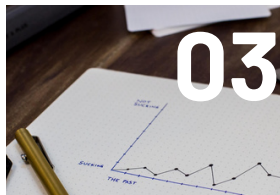
ÍNDICE



OBJETIVO p. 3



ESTUDIO p. 4



RESULTADOS p. 12



ANEXOS p. 37

01

OBJETIVO

Construir una base de datos sobre la docencia impartida en el ámbito de los negocios internacionales en las universidades españolas que permita conocer y sistematizar:

- La oferta formativa actual en grado y máster.
- El profesorado que la imparte.
- La descripción de las asignaturas (e.g., carácter obligatorio u optativo, créditos, semestres, modalidad e idiomas en que se imparte, estudiantes matriculados, etc.).
- Los planes de enseñanza-aprendizaje en lo que a contenidos, metodologías, recursos de aprendizaje y sistemas de evaluación aplicados se refiere.
- Las fuentes bibliográficas utilizadas.

02

ESTUDIO

Metodología



Cuestionario online remitido a los miembros de la Sección de Dirección Internacional de ACEDE*



Recogida de información: desde **Enero** hasta **Abril** de 2022



*En el Anexo I está disponible el cuestionario

ESTUDIO



17 Universidades



17 Asignaturas de Grado*

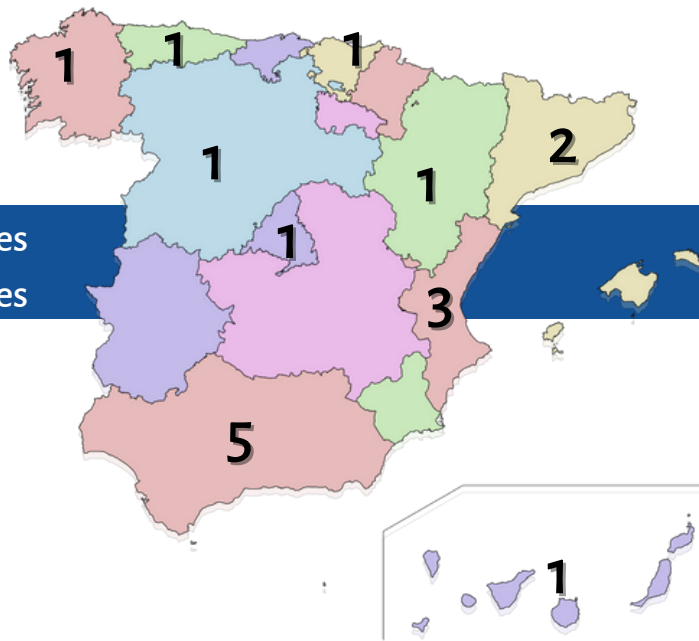
22 Asignaturas de Máster



31 Docentes

*El estudio no incluye asignaturas generalistas en las que puede abordarse algún tema específico de negocios internacionales.

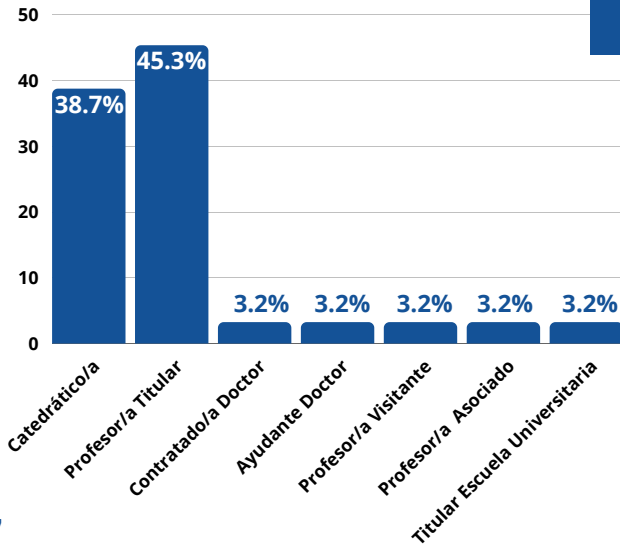
Universidades
Participantes



ESTUDIO

Categoría de los docentes

■ Porcentaje

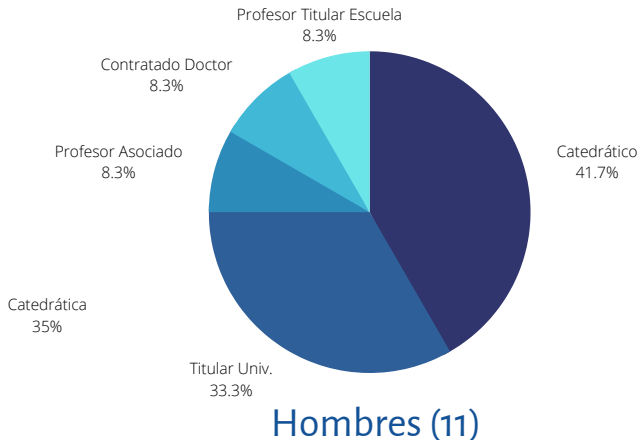
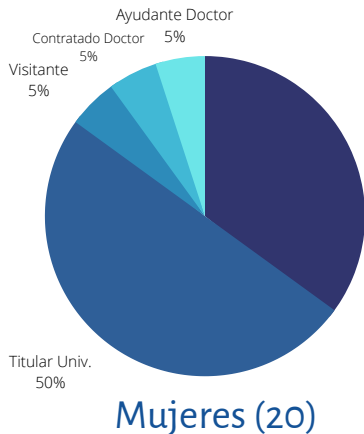


LOS DOCENTES QUE IMPARTEN ESTAS ASIGNATURAS SON EN SU MAYORÍA CATEDRÁTICOS/AS (38.7%) Y PROFESORES/AS TITULARES DE UNIVERSIDAD (45.3%)



ESTUDIO

Docentes y género



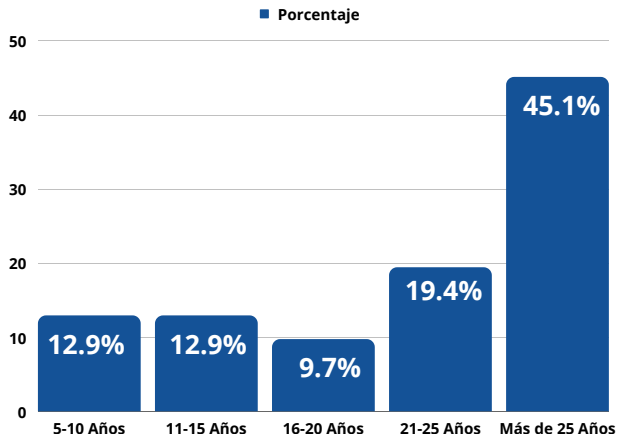
**EL 64.5 % DE LOS
DOCENTES SON MUJERES**

ESTUDIO

Antigüedad de los docentes

LA ANTIGÜEDAD MEDIA
EN LA UNIVERSIDAD
DE LOS DOCENTES
ES DE 20 AÑOS

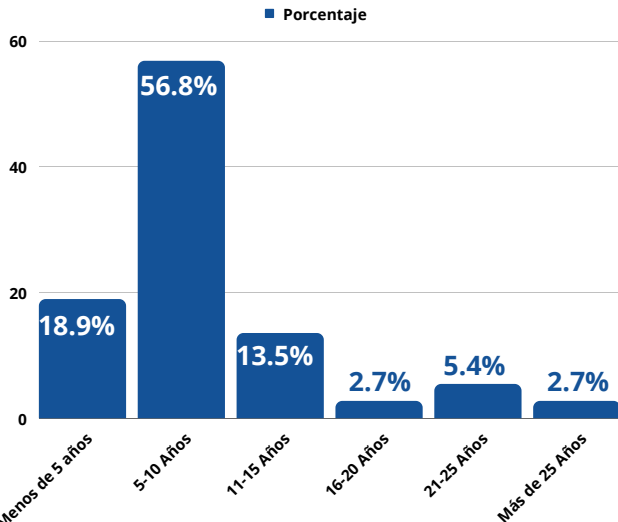
Antigüedad en la Universidad



ESTUDIO

Antigüedad de los docentes

Años de experiencia en la asignatura



LOS AÑOS DE EXPERIENCIA MEDIA DEL PROFESORADO IMPARTIENDO LA ASIGNATURA ES DE 9.35 AÑOS

ESTUDIO

Asignaturas por
universidad y nivel
educativo*

LA MAYORÍA DE LAS
ASIGNATURAS SE
IMPARTEN EN MÁSTER
DEL ÁMBITO DE LA
ECONOMÍA Y LA EMPRESA

*En el Anexo IV se detallan las
titulaciones por Universidad

UNIVERSIDAD	Nivel Educativo		Total
	Grado	Máster	
Universidad Autónoma Barcelona	0	1	1
Universidad Carlos III de Madrid	1	1	2
Universidad de Alicante	1	1	2
Universidad de Almería	0	4	4
Universidad de Barcelona	0	3	3
Universidad de Deusto	0	1	1
Universidad de Granada	3	3	6
Universidad de Jaén	1	0	1
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	1	3	4
Universidad de León	1	0	1
Universidad de Oviedo	4	1	5
Universidad de Sevilla	0	2	2
Universidad de Valencia	3	0	3
Universidad de Vigo	1	0	1
Universidad de Zaragoza	1	0	1
Universidad Jaume I	0	1	1
Universidad Pablo de Olavide	0	1	1
Total	17	22	39

03

RESULTADOS

01

Oferta formativa
en Grado y Máster
p.13

02

Descripción de
las asignaturas
p.16

03

Contenidos
p.23

04

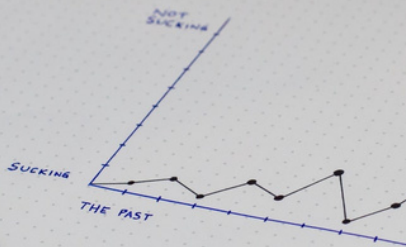
Métodos y
medios didácticos
p. 25

05

Evaluación
p.30

06

Fuentes
bibliográficas
p.34



RESULTADOS

01

Oferta formativa en
Grado y Máster



EN GRADO, EL 64.7 %
DE LAS ASIGNATURAS SE IMPARTEN
EN ADMINISTRACIÓN
Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

*Las asignaturas de este Grado pueden ser también cursadas por los estudiantes de Dobles Grados con el Grado en Administración y Dirección de Empresas que existen en algunas Universidades.

Titulaciones de Grado



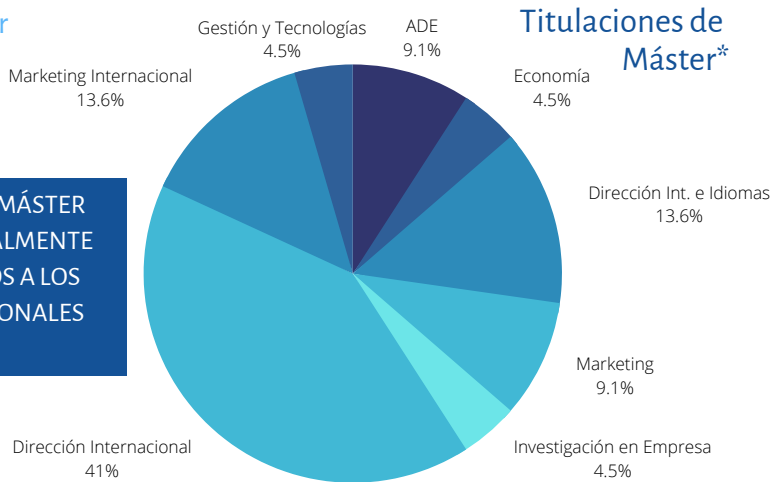
**Las asignaturas de este Grado pueden ser también cursadas por los estudiantes del Doble Grado en Derecho-Relaciones Internacionales.

RESULTADOS

01

Oferta formativa en
Grado y Máster

LAS ASIGNATURAS DE MÁSTER
SE IMPARTEN PRINCIPALMENTE
EN TÍTULOS ASOCIADOS A LOS
NEGOCIOS INTERNACIONALES
(68.1%)



*Las Titulaciones de Máster han sido agrupadas por especialidades.

RESULTADOS

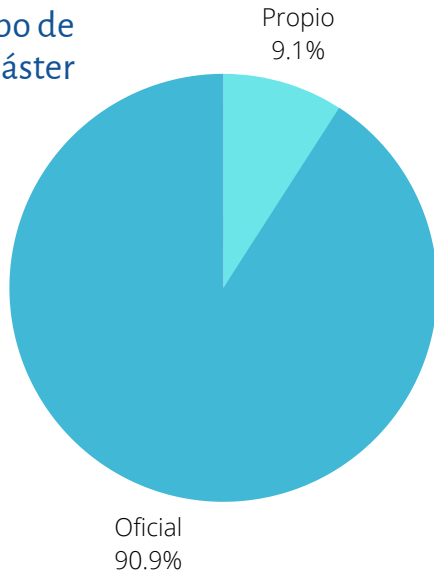
01

Oferta formativa en
Grado y Máster



LA PRÁCTICA TOTALIDAD DE
LOS TÍTULOS DE MÁSTER QUE
INCLUYEN ASIGNATURAS SOBRE
INTERNACIONALIZACIÓN SON
OFICIALES (90.9%)

Tipo de
Máster



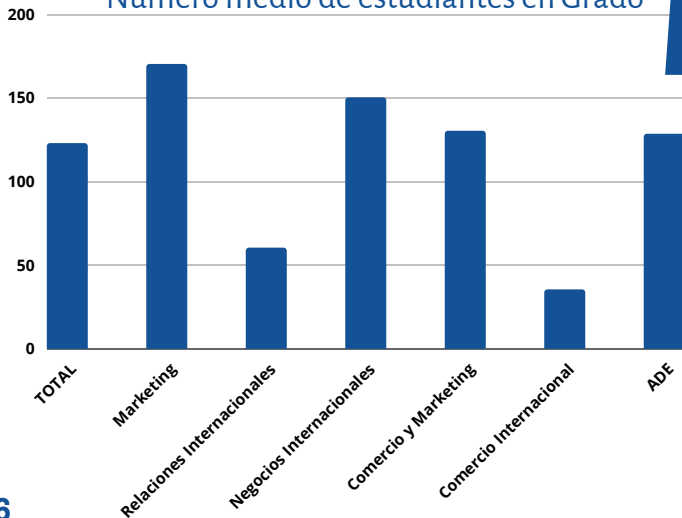
RESULTADOS

02

Descripción de las asignaturas



Número medio de estudiantes en Grado



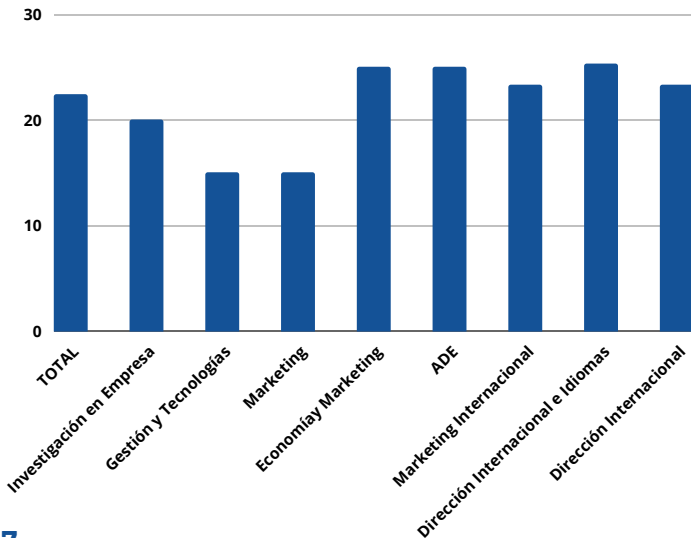
EN GRADO,
EL PROMEDIO DE
ESTUDIANTES SE
SITÚA EN 122.6

RESULTADOS

02

Descripción de las asignaturas

Número medio de estudiantes en Máster



EN MÁSTER, EL PROMEDIO DE ESTUDIANTES SE SITÚA EN 22.4



RESULTADOS

02

Descripción de
las asignaturas

Número medio de créditos

Grado



Máster



RESULTADOS

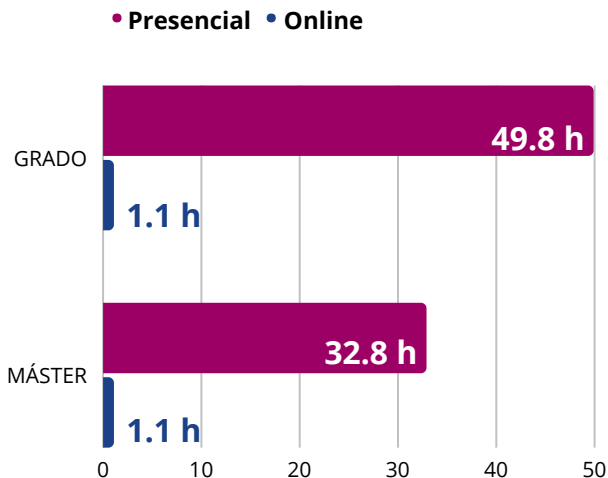
02

Descripción de las asignaturas



LA MODALIDAD DOCENTE DOMINANTE ES LA PRESENCIAL, TANTO EN GRADO COMO EN MÁSTER, SIENDO MARGINAL EL NÚMERO DE HORAS OFERTADAS ONLINE

Promedio horas presenciales/online



RESULTADOS

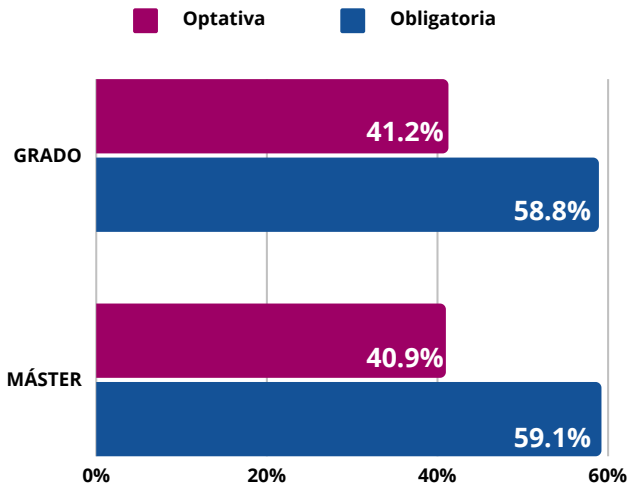
02

Descripción de las asignaturas



TANTO PARA MÁSTER
COMO PARA GRADO,
MÁS DEL 50% DE LAS
ASIGNATURAS SON DE
CARÁCTER OBLIGATORIO

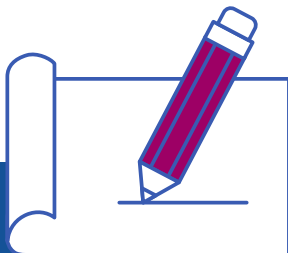
Carácter obligatorio/optativo de las asignaturas



RESULTADOS

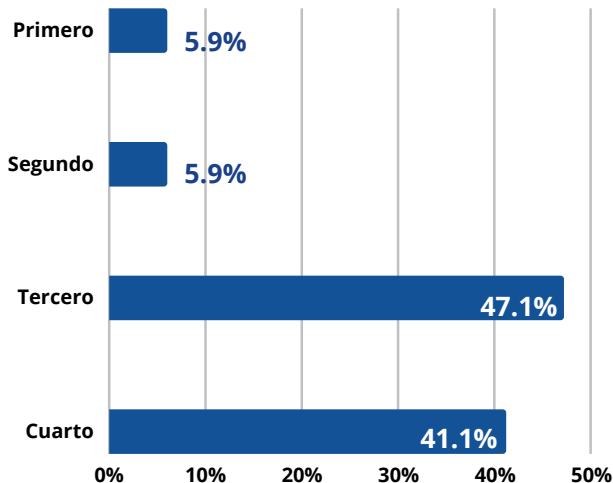
02

Descripción de
las asignaturas



EN GRADO, LAS ASIGNATURAS
SE IMPARTEN, EN SU MAYORÍA,
EN TERCER Y CUARTO CURSO
(47.1% Y 41.1%
RESPECTIVAMENTE)

Curso en el que se imparte las asignaturas en Grado



RESULTADOS

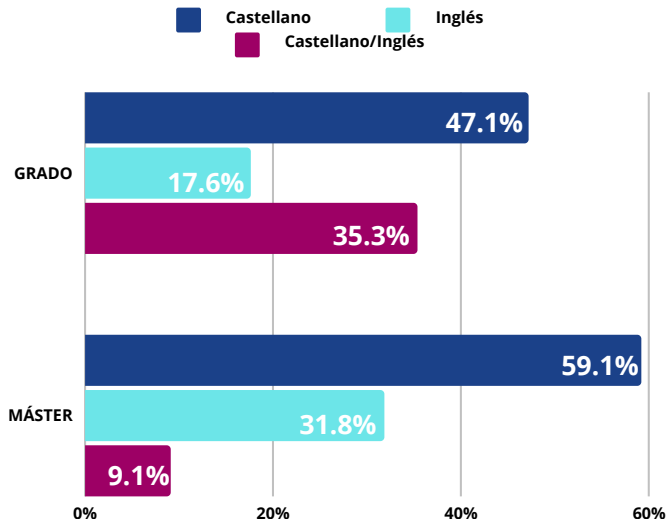
02

Descripción de
las asignaturas



LA OFERTA FORMATIVA
INTEGRAMENTE EN INGLÉS
ESTÁ MÁS EXTENDIDA EN
MÁSTER QUE EN GRADO

Idioma de la asignatura

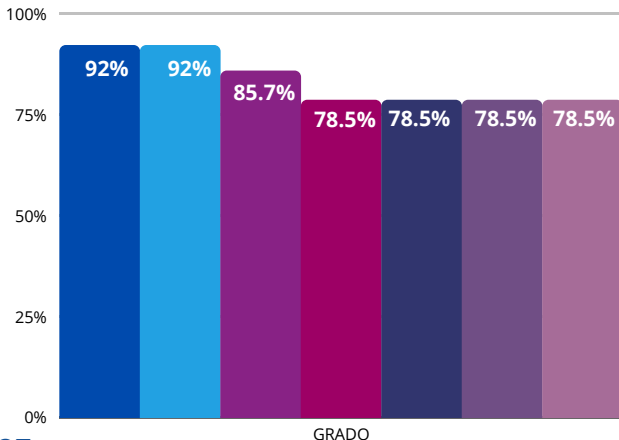


RESULTADOS

03

Contenidos

Contenidos en las asignaturas de Grado



Entorno global de los negocios

Estrategias de entrada en los mercados internacionales

Diferencias culturales nacionales y su influencia en la gestión internacional del negocio

Empresas multinacionales en países emergentes

Enfoques estratégicos de la empresa multinacional

Aspectos organizativos de la empresa multinacional

Enfoques teóricos

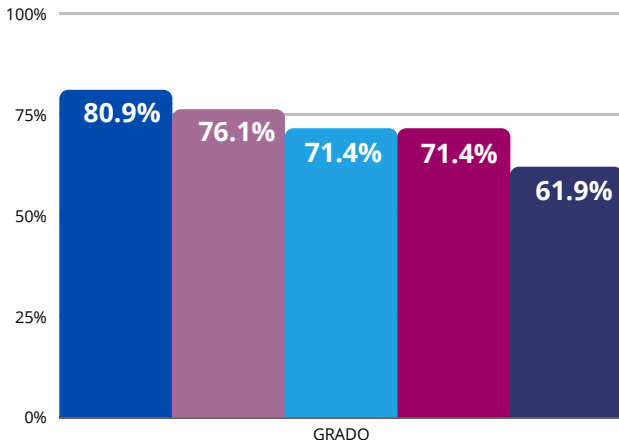
EN GRADO, LOS CONTENIDOS MÁS FRECUENTES ABORDAN EL ENTORNO GLOBAL DE LOS NEGOCIOS Y ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN MERCADO INTERNACIONALES

RESULTADOS

03

Contenidos

Contenidos en las asignaturas de Máster



- Plan de internacionalización, motivos y obstáculos para la internacionalización
- Entorno global de los negocios
- Enfoques Teóricos
- Estrategias de entrada en los mercados internacionales
- Diferencias culturales nacionales y su influencia en la gestión internacional del negocio

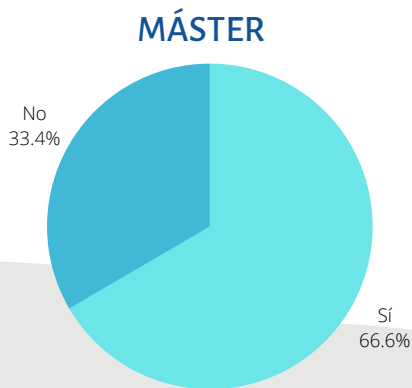
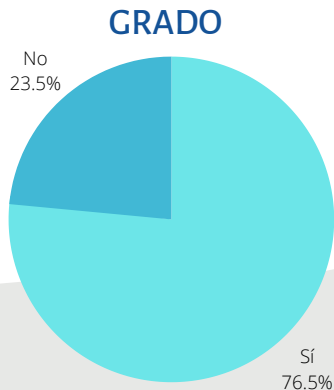
EN MÁSTER, EL CONTENIDO MÁS FRECUENTE ES "PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN, MOTIVOS Y OBSTÁCULOS"

RESULTADOS

04

Métodos y
medios didácticos

Asignaturas que proyectan vídeos con casos



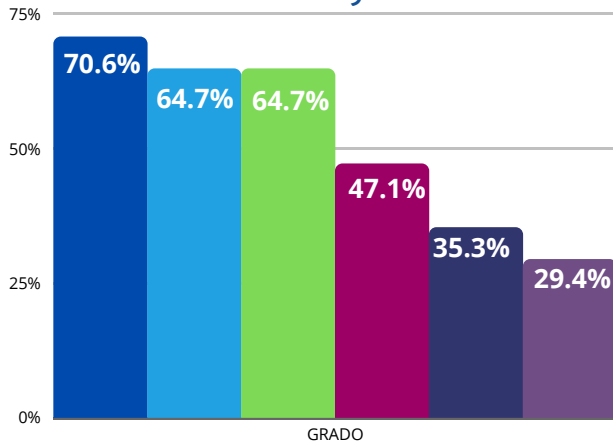
LA PROYECCIÓN DE VÍDEOS CON CASOS ES
UN MEDIO DIDÁCTICO MUY EXTENDIDO
TANTO EN GRADO COMO EN MÁSTER

RESULTADOS

04

Métodos y
medios didácticos

Prácticas en Grado: Estudios de caso y lectura y debate de artículos



Estudios de caso de empresas españolas diseñados por el docente

Estudios de caso de empresas no españolas

Lectura y debate de artículos de revistas económicas de carácter divulgativo

Estudios de caso de empresas españolas

Estudios de caso de empresas no españolas diseñados por el docente

Lectura y debate de artículos de revistas académicas

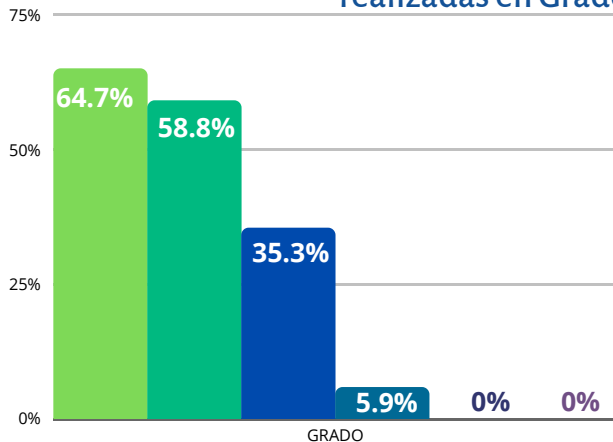
EN GRADO, LA ACTIVIDADES MÁS FRECUENTES SON LOS ESTUDIOS DE CASO DE EMPRESAS ESPAÑOLAS DISEÑADOS POR EL DOCENTE

RESULTADOS

04

Métodos y
medios didácticos

Otras actividades prácticas realizadas en Grado



Consulta de bases de datos
(Orbis, Eikon, SABI...)

Desarrollo de proyectos (planes de
expansión, modelos de negocio...)

Conferenciantes Invitados

Discusión de artículos de
prensa sobre empresas

Juegos de empresa,
competiciones, etc.

Visitas a empresa, parques
industriales, etc.

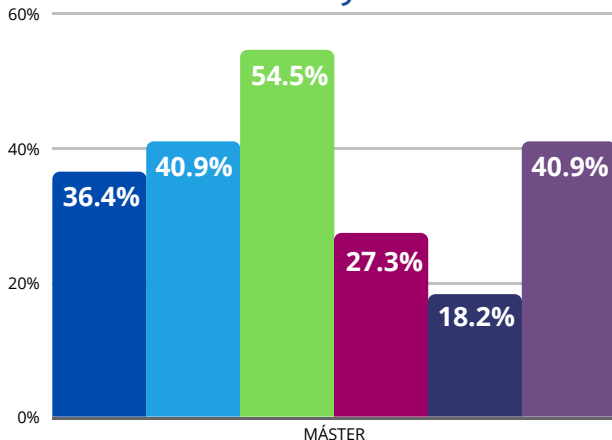
EN GRADO, ESTÁ MUY
GENERALIZADO LA CONSULTA
DE BASE DE DATOS Y EL
DESARROLLO DE PROYECTOS

RESULTADOS

04

Métodos y
medios didácticos

Prácticas en Máster: Estudios de caso y lectura y debate de artículos



Estudios de caso de empresas españolas diseñados por el docente

Estudios de caso de empresas no españolas

Lectura y debate de artículos de revistas económicas de carácter divulgativo

Estudios de caso de empresas españolas

Estudios de caso de empresas no españolas diseñados por el docente

Lectura y debate de artículos de revistas académicas

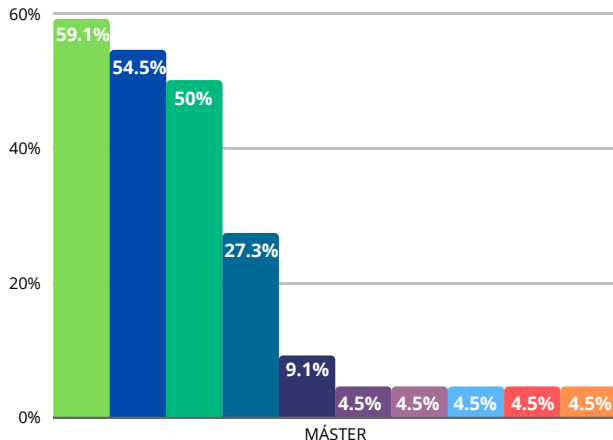
EN MÁSTER, LAS ACTIVIDADES MÁS FRECUENTES SON LAS LECTURAS Y DEBATES DE ARTÍCULOS

RESULTADOS

04

Métodos y
medios didácticos

Otras actividades prácticas realizadas en Máster



- Consulta de bases de datos (Orbis, Eikon, SABI...)
- Conferenciantes invitados
- Desarrollo de proyectos (planes de expansión, modelos de negocio...)
- Juegos de empresa, competiciones, etc.
- Visitas a empresa, parques industriales, etc.
- Aprendizaje basado en la experiencia
- Ejercicios de creatividad
- Resolución de ejercicios y problemas
- Role-play
- Desarrollo de posicionamientos y debates

EN MÁSTER, EN MÁS DEL 50% DE LAS ASIGNATURAS SE REALIZAN CONSULTAS DE BASE DE DATOS Y SE INVITA A CONFERENCIANTES

RESULTADOS

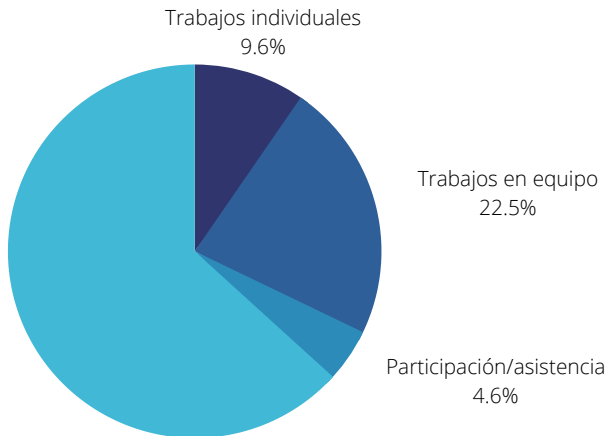
05

Evaluación

Importancia media de los métodos de evaluación sobre la calificación final en Grado

EN GRADO, EL PESO DE LA CALIFICACIÓN RECAE, EN MAYOR MEDIDA, SOBRE LAS PRUEBAS ESCRITAS

Pruebas escritas (examen)
63.3%

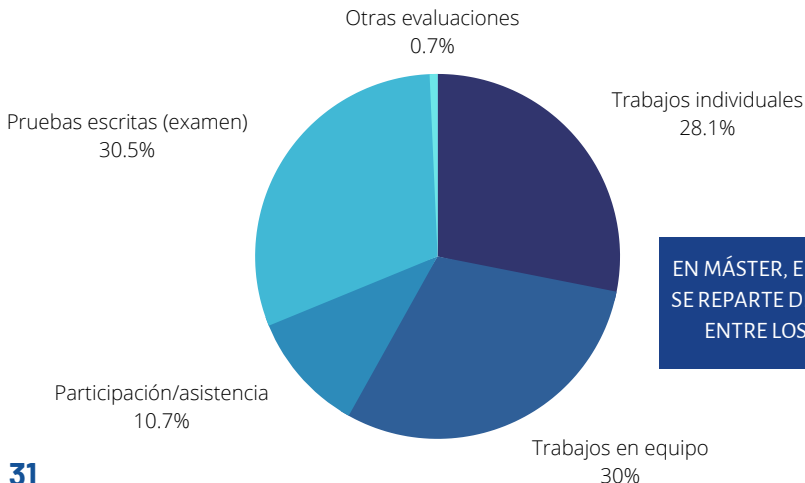


RESULTADOS

05

Evaluación

Importancia media de los métodos de evaluación sobre la calificación final en Máster



EN MÁSTER, EL PESO DE LA CALIFICACIÓN SE REPARTE DE FORMA MUY EQUITATIVA ENTRE LOS DIFERENTES MÉTODOS

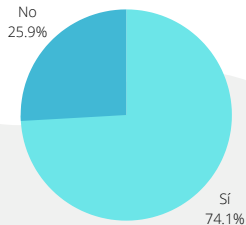
RESULTADOS

05

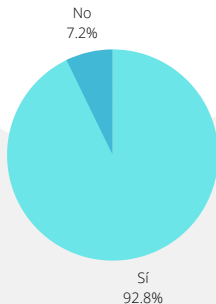
Evaluación

Porcentaje de asignaturas que utilizan los distintos métodos de evaluación en Grado

Trabajos individuales



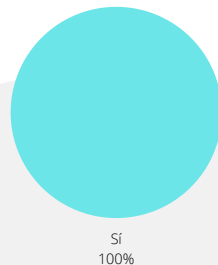
Trabajos en equipo



Participación/Asistencia



Pruebas escritas (examen)



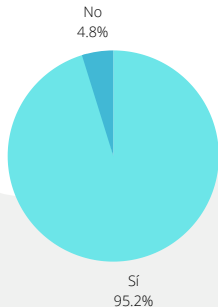
RESULTADOS

05

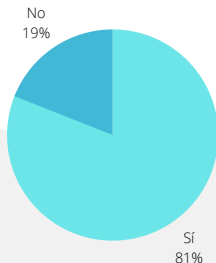
Evaluación

Porcentaje de asignaturas que utilizan los distintos métodos de evaluación en Máster

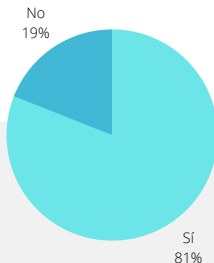
Trabajos individuales



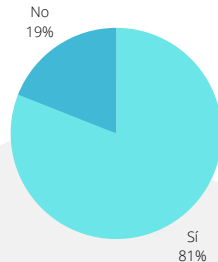
Trabajos en equipo



Participación/Asistencia



Pruebas escritas (examen)



RESULTADOS

06

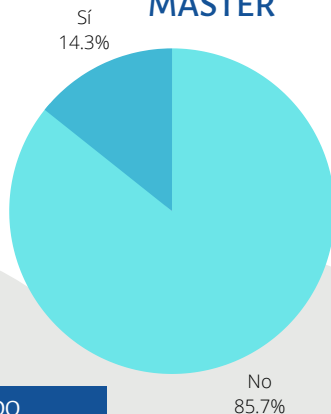
Fuentes bibliográficas

Asignaturas que utilizan manuales de referencia

GRADO



MÁSTER

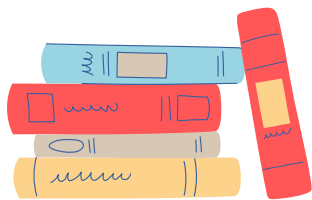


A DIFERENCIA DEL GRADO,
EN LAS ASIGNATURAS DE MÁSTER
SÓLO UTILIZA MANUAL DE REFERENCIA
UN 14% DE LAS ASIGNATURAS

RESULTADOS

06

Fuentes bibliográficas



UN 60% DE LAS ASIGNATURAS DE GRADO SEÑALAN COMO MANUAL DE REFERENCIA EL DE LOS PROFESORES PLA Y DARDER (2016)

*Los manuales detallados se incluyen en el Anexo V (Fuentes Bibliográficas).

Manuales de referencia en Grado*

MANUAL	%
Pla y León (2016)	60
Daniels, Radebaugh y Sullivan (2015)	20
Cavusgil, Knight y Riesenberg (2013)	10
Cavusgil, Knight y Riesenberg (2020)	10
Cerviño (2014)	10
Ghemawat (2007)	10
Guerras Martín y Navas López (2015)	10
Guisado Tato (2002)	10
Guisado Tato (2003)	10
Hollensen S (2017)	10
López-Duarte, Vidal-Suárez y González-Mieres (coord.) (2016)	10
Morschett, Schamm-Klein y Zentes (2015)	10

RESULTADOS

06

Fuentes bibliográficas



EN MÁSTER, ES MENOS FRECUENTE
EL USO DE UN MANUAL DE REFERENCIA

Manuales de referencia en Máster*

MANUAL	%
Cornella (2019)	33,3
Daniels, Radebaugh, y Sullivan (2015)	33,3
Douglas y Samuel (2009)	33,3
Hisrich (2016)	33,3
Morschett, Schramm-Klein y Zentes (2015).	33,3
Ries (2012)	33,3
Zucchella, Hagen y Serapio (2018)	33,3

*Los manuales detallados se incluyen
en el Anexo V (Fuentes Bibliográficas).

04



ANEXOS

01

Cuestionario
p. 38

02

Universidades
participantes
p. 43

03

Profesores
participantes
p.44

04

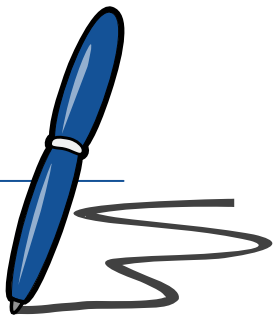
Titulaciones
por Universidad
p. 45

05

Fuentes
bibliográficas
p. 47

ANEXO I

Cuestionario



Datos del profesor:

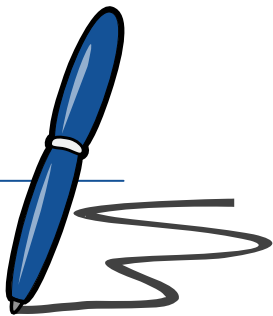
- Antigüedad en la Universidad
- Categoría profesional
- Género
- Número de asignaturas que impartes relacionadas con los negocios

Datos de la asignatura

- Titulación de la asignatura
- Años de experiencia del docente en la asignatura
- Nivel educativo de la asignatura en el que se imparte
- Curso en el que se imparte
- Créditos totales de la asignatura
- Horas totales presenciales
- Horas totales online
- Carácter de la asignatura
- Idioma en el que se imparte
- Número total de estudiantes en la asignatura

ANEXO I

Cuestionario



En relación con los materiales didácticos utilizados:

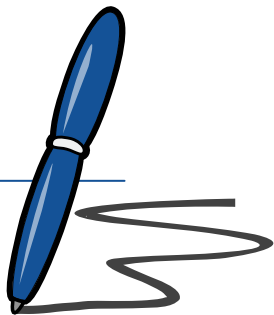
- ¿Utilizas manual básico de referencia? En caso afirmativo, indica título y editorial.
- ¿Proyectas vídeos? En caso afirmativo, indica fuente.
- Webs de apoyo para las sesiones teóricas
- Indica cuál/es de las siguientes actividades prácticas llevas a cabo en tu asignatura
 - o Estudios de caso de empresas españolas diseñados por el docente
 - o Estudios de caso de empresas españolas (manuales, revistas...)
 - o Estudios de caso de empresas no españolas diseñados por el docente
 - o Estudios de caso de empresas no españolas (manuales, revistas...)
 - o Lectura y debate de artículos de revistas académicas
 - o Lectura y debate de artículos de revistas económicas de carácter divulgativo
 - o Consulta de bases de datos
 - o Desarrollo de proyectos
 - o Juegos de empresa, competiciones, etc.
 - o Conferenciantes invitados
 - o Visitas a empresas, parques industriales, etc.
 - o Otros.

ANEXO I

Cuestionario

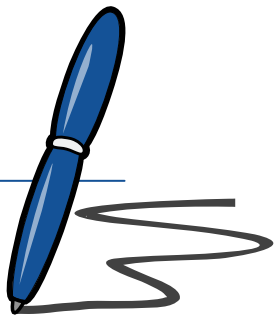
Con respecto a los contenidos de la asignatura, por favor indica cuáles de los siguientes se abordan y las horas aproximadas de clase asignadas a los mismos (1/2):

- o Entorno global de los negocios. Número de horas asignadas: _____
- o Enfoques teóricos (ej. competitividad internacional, proceso de internacionalización, modelos explicativos de la empresa multinacional, ...). Número de horas asignadas: _____
- o Plan de internacionalización, motivos y obstáculos para la internacionalización. Número de horas asignadas: _____
- o Destinos aduaneros y legislación aduanera. Número de horas asignadas: _____
- o Estrategia de entrada en los mercados internacionales (ej. exportación, inversión directa, franquicia, licencia, joint-venture, ...). Número de horas asignadas: _____
- o Aspectos organizativos de la empresa multinacional (estructuras organizativas y mecanismos de coordinación y control). Número de horas asignadas: _____
- o Enfoques estratégicos de la empresa multinacional (global, transnacional, multidoméstico, internacional). Número de horas asignadas: _____
- o Filiales de la empresa multinacional (ej. modelos, tipologías...). Número de horas asignadas: _____



ANEXO I

Cuestionario



Con respecto a los contenidos de la asignatura, por favor indica cuáles de los siguientes se abordan y las horas aproximadas de clase asignadas a los mismos (2/2):

o La gestión de los recursos humanos en las empresas multinacionales. Número de horas asignadas:

o Mercados de cambio y cobertura de riesgos de cambio. Número de horas asignadas: _

o Las empresas multinacionales en países emergentes. Número de horas asignadas: ____

o Diferencias culturales nacionales y su influencia en la gestión internacional del negocio (ej. negociaciones, aspectos organizativos de la empresa, gestión de recursos humanos, ...). Número de horas asignadas: _____

o Emprendimiento internacional (ej. innovación, modelos de negocio internacional, start ups...). Número de horas asignadas: _____

o Sostenibilidad y negocios internacionales. Número de horas asignadas: _____

o Organismos de apoyo a la internacionalización (ej. ICEX, Agencias regionales, etc.). Número de horas asignadas: _____

Otros contenidos: Especifica cuáles y número de horas asignadas.

ANEXO I

Cuestionario

Evaluación

Indica los conceptos a través de los que evalúas y los porcentajes de cada uno de ellos en el cálculo de la nota final del estudiante.

- Trabajos individuales
- Participación en equipo
- Participación/asistencia
- Pruebas escritas (examen)
- Otros (especifica cuáles son los conceptos evaluados)



ANEXO II

Universidades Participantes



Universidad Autónoma de Barcelona

Universidad Carlos III de Madrid

Universidad de Alicante

Universidad de Almería

Universidad de Barcelona

Universidad de Deusto

Universidad de Granada

Universidad de Jaén

Universidad de La Coruña*

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Universidad de León

Universidad de Oviedo

Universidad de Sevilla

Universidad de Valencia

Universidad de Vigo

Universidad de Zaragoza

Universidad Jaume I

Universidad Pablo de Olavide

Universidad Politécnica de Valencia*

* (1) Las encuestas cumplimentadas por el profesorado de estas Universidades son de asignaturas generalistas en las que se incluye algún tema de negocios internacionales

ANEXO III

Profesores Participantes

FARIZA ACHCAOUCAOU
AMAIA ARIZKUREN ELETA
ESTHER BARROS
JONATHAN CALLEJA-BLANCO
MYRIAM CANO RUBIO
JOSÉ CARLOS CASILLAS BUENO
JULIO CERVIÑO
ÀNGELS DASÍ COSCOLLAR
NATALIA DEJO
JOSÉ LUIS DE GODOS DÍEZ
MARÍA DE LA CRUZ DÉNIZ DÉNIZ
BEATRIZ DOMÍNGUEZ BRONCHAL
ANTONIA MERCEDES GARCÍA CABRERA
MIGUEL GONZÁLEZ-LOUREIRO
ANA ISABEL GUERRA

JUAN JOSÉ HERNÁNDEZ MEDINA
VIRGINIA HERNÁNDEZ
JOSÉ LUIS HERVÁS OLIVER
NURIA ESTHER HURTADO TORRES
CRISTINA LÓPEZ DUARTE
JAVIER MARTINEZ DEL RIO
MYRIAM MARTÍNEZ-FIESTAS
PALOMA MIRAVITLLES
JOSÉ M. ORTEGA
FRANCISCO PUIG
MIGUEL PÉREZ VALLS
MARISA RAMÍREZ ALESÓN
ALEX RIALP CRIADO
LAURA RIENDA GARCÍA
MARÍA RIPOLLÉS
MARÍA GRACÍA SOTO
SONIA SUÁREZ ORTEGA
MARTA MARÍA VIDAL SUÁREZ
CRISTINA VILLAR GARCÍA
ANA VALDÉS LLANEZA
ROSARIO VÁZQUEZ CARRASCO

ANEXO IV

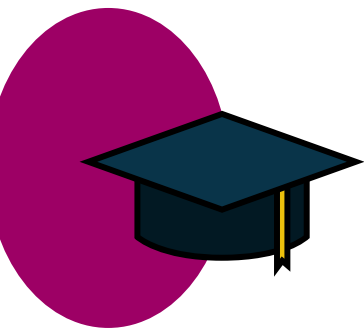
Titulaciones por Universidad (1/2)



Universidad/Titulaciones			Asignaturas
Universidad Autónoma de Barcelona	Titulaciones	Máster Oficial en Applied Research in Economics and Business	1
Universidad Carlos III de Madrid	Titulaciones	Grado en Administración y Dirección de Empresas	1
		Master propio en Dirección Internacional del empresas / Master in International Business	1
Universidad de Alicante	Titulaciones	Grado en Relaciones Internacionales	1
		Master en Administración y Dirección de Empresas	1
Universidad de Almería	Titulaciones	Máster en Gestión de la Empresa Internacional e Idiomas	4
Universidad de Barcelona	Titulaciones	Master de Internacionalización	1
		Master de Investigación en empresa	1
		MSc International Business (Toulouse Business School)	1
Universidad de Deusto	Titulaciones	Master in International Business	1
Universidad de Granada	Titulaciones	Grado en Administración y Dirección de Empresas	2
		Grado en Marketing	1
		Master en Economía y Organización de Empresas	1
		Master en Gestión y Tecnologías en Procesos de Negocio	1
		Máster Universitario en Administración de Empresas y Dirección de Recursos Humanos en Entornos Internacionales	1

ANEXO IV

Titulaciones por Universidad (2/2)



Universidad de Jaén	Titulaciones	Grado en Administración y Dirección de Empresas	1
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Titulaciones	Grado en Administración y Dirección de Empresas	1
		Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	3
Universidad de León	Titulaciones	Grado en Comercio Internacional	1
Universidad de Oviedo	Titulaciones	Grado en Administración y Dirección de Empresas	2
		Grado en Comercio y Marketing	2
		Máster Universitario en Administración de Empresas	1
Universidad de Sevilla	Titulaciones	Master en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales	2
Universidad de Valencia	Titulaciones	Grado en Administración y Dirección de Empresas	2
		Grado en Negocios Internacionales	1
Universidad de Vigo	Titulaciones	Grado en Administración y Dirección de Empresas	1
Universidad de Zaragoza	Titulaciones	Grado en Administración y Dirección de Empresas	1
Universidad Jaume I	Titulaciones	Máster Universitario de Marketing e Investigación de Mercados	1
Universidad Pablo de Olavide	Titulaciones	Master en Dirección de Negocios Internacionales	1

ANEXO V

Fuentes Bibliográficas (1/2)



Cavusgil, S.T., Knight, G., Riesenberger, J.R. (2013): A Framework for International Business. Pearson Prentice Hall.

Cavusgil, S.T., Knight, G., Riesenberger, J.R. (2020): International Business: The New Realities, Global Edition, 5th Edition. Pearson.

Cerviño, J. (2014): Marketing Internacional. Nuevas perspectivas para un mundo globalizado. Pirámide, Madrid.

Cornella, A. (2019): Cómo innovar... sin ser Google. Manual de introducción. Profit, Barcelona.

Daniels, J., Radebaugh, L.H., Sullivan, D. (2015). International Business: Environments and operations. 15th Edition. Pearson Education/Prentice Hall.

Douglas, S. P., Samuel, C.C. (2009): International Marketing Research. Editorial: Wiley & Sons.

Ghemawat, P. (2007): Redefining Global Strategy: Crossing Borders in a World Where Differences Still Matter. Harvard Business School Publishing Corporation.

Guerras Martín, L.A. y Navas López, J.E (2015). La Dirección Estratégica de la empresa: Teoría y aplicaciones, 5ª ed. Thomson-Civitas, Madrid.

Guisado Tato, M. (2002): Internacionalización de la empresa. Pirámide.

Guisado Tato, M. (2003): Estrategias de multinacionalización y política de la empresa. Pirámide.

ANEXO V

Fuentes Bibliográficas (2/2)



Hisrich, R.D. (2016): International entrepreneurship: starting, developing, and managing a global venture. 3rd ed. SAGE Publications, Thousand Oaks, CA.

Hollensen, S. (2017): Global Marketing. Pearson.

López-Duarte, C., Vidal-Suárez, M. y González-Mieres, C. (coord.) (2016): Estrategias de internacionalización de la empresa. Casos prácticos. Septem, Oviedo.

Morschett D., Schamm-Klein, H., Zentes, J. (2015): Strategic International Management. 3rd Edition. Springer Glaber .

Pla Barber, J., León Darder, F. (2016): Dirección internacional de la empresa, McGraw Hill, Madrid.

Ries, E. (2012): El método Lean Startup: cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Traducido por Javier San Julián. Editorial Deusto.

Zucchella, A., Hagen, B., Serapio, M.G. (2018): International Entrepreneurship. Edward Elgar Publishing, UK.

A

CEDE

**SECCIÓN
DIRECCIÓN
INTERNACIONAL**