

Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	Arteaga Ortiz, Jesús	¿Por qué, cómo y cuando internacionalizarse?	En este trabajo se pretende explicar el proceso de internacionalización de las empresas. Para ellos se realizará una revisión de los principales trabajos sobre la internacionalización de empresas y sus diferentes enfoques teóricos. Se pretende identificar los principales estudios realizados en las cuales se han sustentado las elecciones estratégicas sobre cómo penetrar o abordar los mercados exteriores.
Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	Arteaga Ortiz, Jesús	Análisis de la Inversión Extranjera en España	En el presente trabajo se pretende realizar un análisis de las inversiones extranjeras recibidas en España, desde el año 1993 hasta el año 2018. En cuanto a los aspectos objeto de estudio, en primer lugar realizaremos un análisis general de las inversiones totales de España en el exterior, comparando dichos resultados con las inversiones totales recibidas por dicho país del extranjero. Observaremos la evolución de las mismas y su tendencia. Seguidamente realizaremos un análisis de la inversión extranjera en España por áreas geográficas y por países. Examinaremos a qué áreas van dirigidas fundamentalmente las inversiones del exterior y cuál ha sido su evolución en las diferentes áreas geográficas durante el periodo estudiado, incluyendo importes y porcentajes totales e interanuales. Además realizaremos un <i>ranking</i> por países principales inversores en España. A continuación, analizaremos la inversión de España en el exterior atendiendo a los sectores de actividad, comentando los sectores en los que más invierten las empresas españolas y cuál ha sido su tendencia durante el periodo estudiado.
Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	Arteaga Ortiz, Jesús	Plan de internacionalización empresarial	El alumno podrá realizar un plan de internacionalización de una determinada empresa (a elegir por el alumno) a su elección, en el que se incluirán todos los principales aspectos de un plan de internacionalización empresarial, incluyendo la estrategia y el <i>marketing mix</i> .
Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	Déniz Déniz, Maria de la Cruz	Los negocios internacionales socialmente responsables: consideraciones del país de origen y de destino	Valorar la gestión de las empresas internacionales desde un enfoque de grupos de interés de tal modo que las consideraciones éticas y socialmente responsables estén presentes de forma transversal en sus decisiones. Este enfoque puede venir condicionado por las características del entorno de origen y destino de tales empresas. Las empresas objeto de análisis podrán ser elegidas por el/la alumno/a. El trabajo empírico podrá realizarse a partir de la información recogida en bases de datos o a partir de encuestas.
Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	Déniz Déniz, Maria de la Cruz	Responsabilidad social de las empresas en la economía canaria: análisis sectorial	Análisis de la responsabilidad social corporativa en un sector de la economía canaria a elegir por el/la alumno/a. El trabajo empírico podrá realizarse a partir de la información proporcionada por las propias empresas del sector en cuestión, aquella otra recogida en bases de datos o a partir de encuestas.
Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	García Cabrera, Antonia Mercedes	Distancia institucional entre países y localización de la inversión española en el extranjero	¿Qué país o países debería escoger una empresa española cuando decide internacionalizarse? En este estudio el estudiante analizará cómo las diferencias en las formas de proceder de las empresas o las diferencias culturales, entre otras, que existen entre España y otros países de diferentes continentes deben ser consideradas en la elección de los lugares hacia los que internacionalizarse si se desea tener éxito en ellos. La parte empírica del trabajo puede abordarse a través del estudio de casos, sobre la base de información existente en bases de datos o bien mediante la realización de encuestas. Para la realización del trabajo el alumno escogerá algún sector de actividad específico en el que pueda estar interesado. El trabajo puede estar referido a Pymes o a empresas de mediano y gran tamaño.
Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	García Cabrera, Antonia Mercedes	Estudio de las habilidades, competencias y procesos seguidos por los emprendedores internacionales	¿Qué tienen en común aquellos emprendedores que deciden fundar un negocio con capacidad para internacionalizarse en sus tres primeros años de vida de tal forma que una parte importante de su cifra de ventas proceda de países diferentes al de origen de la empresa? La identificación de habilidades y competencias de estas personas y los procedimientos que siguieron para alcanzar este logro serán objeto de estudio en estos trabajos. La parte empírica del trabajo puede abordarse a través del estudio de casos, sobre la base de información existente en bases de datos o bien mediante la realización de encuestas. Para la realización del trabajo el alumno escogerá algún sector de actividad específico en el que pueda estar interesado.
Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional	Osorio Acosta, Javier	Simulación empresarial	Aplicación de herramientas para la simulación empresarial en las organizaciones. Análisis del comportamiento dinámico de las organizaciones a través de la dinámica de sistemas. Desarrollo de escenarios competitivos simulados