



# **MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL TÍTULO UNIVERSITARIO OFICIAL**

## **MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN ESTRATÉGICA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Universidad solicitante: Universidad de Sevilla**

**Centro responsable: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

<b>Versión</b>	<b>Consejo de Gobierno</b>	<b>Implantación / Modificación Sustancial</b>	<b>Año Implantación</b>
V01	26-10-2009	Implantación del Título	2010
V02	-	Actualización para Renovación de la Acreditación	2016
V03	28-09-2023	Actualización del número de plazas de nuevo ingreso y modificación de la estructura modular del título eliminando los itinerarios curriculares existentes	2024



## Contenido

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título (ESG 1.2).....	3
1.1.- Descripción general.....	3
1.2.- Justificación del interés del título y contextualización .....	3
1.3.- Objetivos formativos.....	15
2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (ESG 1.2).....	18
3. Admisión, reconocimiento y movilidad (ESG 1.4) .....	21
3.1.- Requisitos de acceso y procedimientos de admisión .....	21
3.2.- Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos .....	25
3.3.- Procedimiento para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida ....	26
4. Planificación de las Enseñanzas (ESG 1.3).....	27
4.1.- Estructura del plan de estudios.....	27
4.2.- Actividades y metodologías docentes.....	34
4.3.- Sistemas de evaluación .....	35
4.4.- Estructuras curriculares específicas .....	36
5. Personal académico y de apoyo a la docencia (ESG 1.5) .....	36
5.1.- Descripción de los perfiles de profesorado y otros recursos humanos.....	36
5.2.- Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios .....	40
6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructuras, prácticas y servicios (ESG 1.6) .....	42
6.1.- Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles.....	42
6.2.- Gestión de las Prácticas externas.....	47
6.3.- Previsión de dotación de recursos materiales y servicios.....	47
7. Calendario de implantación .....	48
7.1.- Cronograma de implantación .....	48
7.2.- Procedimiento de adaptación.....	48
7.3.- Enseñanzas que se extinguen .....	50
8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad (ESG 1.1/1.7/1.8/1.9/1.10).....	50
8.1.- Sistema interno de garantía de calidad .....	50
8.2.- Medios para la información pública .....	52



## 1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título (ESG 1.2)

### 1.1.- Descripción general

1.1. Denominación del Título		DATOS	
<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN ESTRATÉGICA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES</b>			
1.2. Nivel MECES:		Nivel 3	
1.3. Rama:		Ciencias Sociales y Jurídicas	
1.4. Ámbito de conocimiento:		Ciencias Económicas, Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Comercio, Contabilidad y Turismo	
1.4.a) Universidad Responsable:		Universidad de Sevilla	
1.4.b) Cód. RUCT y denominación del Centro de impartición responsable:		41008337. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	
1.4.c) Centro acreditado institucionalmente		[si] (17/09/2020)	
1.6.a) Título conjunto:		[no]	
1.6.b) Convenio (TC nacional):			
1.6.c) Universidades Participantes:			
1.6.d) Código RUCT y Denominación de los Centros de impartición			
1.7 Menciones/Especialidades (denominación y ECTS):		[no]	
1.7.a) Mención dual:		[no]	
1.7.b) Convenio Mención dual:			
1.8. Número total de créditos:		60	
<b>Información Referente al centro en el que se imparte el Título:</b>			
1.9. Modalidad de enseñanza (marcar lo que proceda)	X	Presencial	Núm. Plazas: 30
		Híbrida (semipresencial)	Núm. Plazas:
		Virtual (No presencial)	Núm. Plazas:
1.9. Número total de plazas:		30	
1.9.a) Número de plazas de nuevo ingreso para primer curso:		30	
1.8. Idiomas de impartición:		Español	

### 1.2.- Justificación del interés del título y contextualización

El Máster en **Gestión Estratégica y Negocios Internacionales** de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla, nace de la transformación del Programa de Doctorado **Gestión de la Globalización y Adaptación al cambio**, programa que ha recibido la mención de calidad del MEC desde el curso 2005-2006. Previamente, otros programas de doctorado se han desarrollado en el seno del Departamento desde mediados de los años ochenta, lo que supone el aval y la experiencia de más de treinta años de dedicación a la formación de investigadores en el campo de la dirección de empresas.

El Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales surge del continuo esfuerzo del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla por lograr el mejor ajuste posible a las necesidades reales y potenciales del mercado laboral y del conjunto de la sociedad, así como del interés en potenciar las investigaciones y los avances científicos en este campo.



Así, en primer lugar, se pretende *dar respuesta a la demanda de numerosas empresas andaluzas que compiten en mercados internacionales, y que solicitan la formación de especialistas en este ámbito*. Estos estudios también son fruto de la estrecha colaboración que el Departamento mantiene con la [Agencia Andaluza de Promoción Exterior \(EXTENDA\)](#), empresa pública de la Junta de Andalucía que tiene como objetivo específico facilitar la internacionalización de las PYMES andaluzas con capacidad para competir. Sus acciones iniciales se enmarcan dentro del Plan Estratégico para la Internacionalización de la Empresa Andaluza 2007- 2010, y continúan en la actualidad con la Estrategia de Internacionalización de la Economía Andaluza 2021/2027.

La distinción entre empresas domésticas y multinacionales está quedando obsoleta a medida que una mayor cantidad de ellas tratan de sacar partido de las oportunidades que ofrecen la producción y comercialización de sus productos y servicios más allá de sus países de origen. Cada día aparecen más evidencias de que aquellas firmas que no desarrollen una visión global se encontrarán en una situación de desventaja competitiva. La globalización de los negocios está alimentando un crecimiento económico sin precedentes en muchas partes del mundo. Pero esta globalización también presenta numerosos retos, en la medida en que el ámbito competitivo es hoy más complejo que nunca, tal y como subraya la propia Unión Europea al destacar sus [prioridades y acciones](#), así como el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, quien prioriza la Internacionalización dentro de su acción de [Clima de negocios y apoyo a empresas](#). Por todo ello, este Máster ha fijado como marco general la problemática y aspectos específicos a los que se enfrentan las empresas en un entorno global.

Respecto al *interés científico* del título, debemos señalar que el [Plan Nacional de I+D+I 2008-2011](#) establece, entre sus programas nacionales, el Plan Nacional de Internacionalización de I+D, cuyo objetivo principal es el de apoyar a las plataformas tecnológicas y a las agrupaciones empresariales innovadoras (clusters innovadores). Persigue incentivar la cooperación interempresarial -y de las empresas con agentes de innovación-, para mejorar la posición competitiva externa de la oferta final de bienes y servicios. Pretende fomentar la investigación científico-tecnológica entre los diferentes agentes del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación, mediante la creación de grupos de reflexión, análisis y discusión en temas de interés estratégico nacional que impulsen la mejora de la capacidad tecnológica conducente a una competitividad creciente del sector productivo nacional.

Este [Plan Nacional de I+D+I](#) sigue plenamente vigente en la actualidad (2021-2023), manteniendo, reforzando e intensificando la importancia estratégica de la innovación y la cooperación interempresarial a través de su [Programa Estatal para Impulsar la Investigación Científico-Técnica y su Transferencia](#).

De igual modo, en las áreas científico-técnicas (AICT) identificadas en el [Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Junta de Andalucía para el periodo 2007-2013](#), destaca la Globalización y Cooperación como una de las materias de especial relevancia en la creación, gestión e integración del conocimiento. En esta dirección, cabe señalar que el [Grupo de Investigación del Departamento GIRCO](#), estrechamente ligado a la propuesta de este título, viene siendo financiado por las convocatorias competitivas del Ministerio desde 1996 hasta la actualidad, realizando investigaciones y publicaciones en revistas de impacto en el campo de la internacionalización y globalización de las empresas.



A lo largo del tiempo, el [Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Junta de Andalucía](#) ha continuado subrayando, entre sus principales líneas, el fomento de la ciencia orientada a la competitividad e innovación, con la finalidad de generar un ecosistema de investigación competitiva, de calidad y de proyección internacional. Igualmente, la [Estrategia de I+D+I de Andalucía \(EIDIA\) Horizonte 2027](#), aprobada el 14/06/2022 (que sustituye el anterior Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación - PAIDI 2020), toma la I+D+I como base del crecimiento económico en la región, bajo la premisa de la sostenibilidad integral, logrando un crecimiento duradero, justo y viable en Andalucía (Estrategias S3), que genere a la región mayor competitividad y presencia nacional e internacional.

Así mismo, la [Estrategia para la Transformación Económica de Andalucía \(ESEA\) Horizonte 2027](#), se estructurará en torno a cinco ejes temáticos, siendo uno de ellos la competitividad basada en la innovación, el emprendimiento, la excelencia educativa, la modernización de sectores tradicionales y la sostenibilidad, que sirvan como apoyo al impulso empresarial, la industrialización y la internacionalización.

En esta misma línea, el Departamento de Administración de Empresas y Marketing ha contado a lo largo del tiempo, y sigue contando en la actualidad, con Proyectos de Investigación de Excelencia de la Junta de Andalucía, con Proyectos de Investigación Nacionales y Europeos y con diversos [grupos de investigación del PAI](#), cuya actividad, experiencia y publicaciones avalan ampliamente su trayectoria investigadora en el campo de la dirección de empresas y la internacionalización. Entre ellos se encuentran los siguientes:

Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Estatal 2021-2023: La evolución del comportamiento internacional de las empresas ante entornos vuca (ECIEEV)

Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Estatal 2021-2023. Modelos estructurales avanzados sobre la presencia femenina en posiciones de liderazgo. Un análisis de su efecto en el diseño de los sistemas de información y el compromiso social (MOLIFEM).

Comisión Europea. Horizonte 2020. Closing the Gender Gap in Leadership: Using Research to Inform Practice - WOMLEAD

Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Estatal 2017-2020: Aplicación de Redes Generativas Antagónicas para Combatir la Manipulación de Clientes online (REACT)

Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Estatal 2013-2016: Retos - Proyectos I+D+i. Avances en Expansión Internacional.

Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Estatal 2013-2016: Retos - Proyectos I+D+i. Dinámica Internacional de la Empresas Españolas

Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Estatal 2013-2016. Estrategias de Innovación Abierta en el Marco de las Tics

Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional del 2009: Patrones de comportamiento internacional de las empresas

Ministerio de Educación y Ciencia: Análisis de las relaciones entre el proceso de internacionalización los órganos de gobierno de las empresas



Ministerio de Ciencia y Tecnología: La influencia de factores subjetivos e institucionales sobre el proceso de internacionalización de las empresas

Ministerio de Ciencia y Tecnología: Desarrollo de un modelo para la creación de capital humano y social a través del fomento de la iniciativa emprendedora: la formación en capacidades esenciales

Ministerio de Ciencia e Innovación. Conocimiento, Aprendizaje y TIC en la Génesis de Capacidades Dinámicas

Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. PAIDI: Proyectos I+D+i: Estructuras de gobierno y redes de alianzas estratégicas

Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. PAIDI: Proyectos I+D+i. Start-Ups development and International New Ventures. Their influence on High-Growth SMEs (SUDINV)

Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas. Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía. Orientación y Gestión de los Mercados Exteriores por las Pymes Andaluzas. Análisis Estratégico y Propuestas de Mejora

Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad. PAIDI: Proyectos I+D+i. Identificación de los Atributos Únicos de los Destinos Turísticos Andaluces desde la perspectiva de los Social Media mediante el uso de técnicas de Text Mining (TURIMEDIA)

Consejería de Economía y Conocimiento. Proyectos I+D+i FEDER: Gestión de Cadenas de Suministros Verde y su Impacto en la Mejora del Rendimiento Medioambiental en Empresas Industriales Andaluzas: Un enfoque de Capacidades

Consejería de Economía y Conocimiento. Proyectos I+D+i FEDER Andalucía 2014-2020: Gobierno, Redes y Alianzas

Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía: El Papel del Customer Relationship Management (C.R.M.) y las Capacidades Dinámicas Vinculadas a su Aplicación como Fuente de Ventaja Competitiva en el ámbito de los Servicios

Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía: Comportamiento Emprendedor en Empresas en Crisis. Factores de Éxito de Estrategias de Cambio Estratégico.

Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía: Tecnologías y sistemas de información: un estudio de su influencia y aplicación a la gestión del conocimiento

Plan Andaluz de Investigación: Efectos de las capacidades organizativas sobre la creación de valor en el ámbito de los servicios

Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas. Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía: Calidad Relacional, Inmersión Digital y Bienestar Social desde una Perspectiva de Género. Una Aplicación de las Redes Sociales Online en la Mujer Rural Andaluza



Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía. Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas: Cultura Organizativa, Gestión del Conocimiento e Implantación de Tics en Empresas Andaluzas

Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía. Plan Andaluz de Investigación: Tecnologías y sistemas de información: un estudio de su influencia y aplicación a la gestión del conocimiento

Proyectos de Excelencia de la Junta de Andalucía. Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas. Sociedad de la Información en Colectivos Emergentes en Andalucía: e-Inclusión y e-Accesibilidad

SEJ115: Gestion de la Innovacion, la Calidad y el Cambio

SEJ140: Organizacion y Marketing

SEJ301: Las PYMES Andaluzas: Gestion y Competitividad

SEJ494: Ebusiness: Empresa, Administración y Ciudadano

SEJ548: Big Data and Business Intelligence in Social Media

SEJ573: Capacidades, Aprendizaje y Conocimiento para la Creación de Valor

SEJ574: Aplicación de las innovaciones TIC al comportamiento del turista en un contexto de incertidumbre de la demanda

SEJ634: Marketing Analítico y Digital

SEJ642: Sociedad, Empresa, Desarrollo Sostenible y Transformación Digital

SEJ777: Turismo, envejecimiento saludable y TIC

En cuanto a la demanda potencial de este Máster, durante sus catorce cursos académicos de vigencia se ha producido una alta demanda, quedando cubiertas todas sus plazas ofertadas en cada uno de dichos cursos académicos. Igualmente, el número de solicitudes recibidas supera cada año con creces al número de plazas disponibles.

Procede señalar este Máster se nutre de tres grandes fuentes: (1) personas egresadas de titulaciones previas, tanto de la Universidad de Sevilla como del resto de las Universidades españolas; (2) alumnado procedente de entornos profesionales; (3) alumnado procedente de Universidades extranjeras. Respecto a la primera de estas fuentes, a continuación se exponen datos sobre egresados/as de Licenciaturas de la Universidad de Sevilla que tienen cabida en el Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales (en función del perfil de ingreso y formación previa requerida para este título), como uno de los indicadores de su amplia demanda potencial desde sus inicios.

**Egresados/as en titulaciones previas de la Universidad de Sevilla que pueden acceder al Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales (2007/2008)**

TITULACIÓN	Hombres	Mujeres	Total
Ldo/a. Administración y Dirección de	91	125	216



Empresas			
Ldo/a. Comunicación Audiovisual	24	40	64
Ldo/a. Economía	65	76	141
Ldo/a. Publicidad y Relaciones Públicas	9	46	55
Ldo/a. Ciencias del Trabajo	13	25	38
Ldo/a. Investigación y Técnicas de Mercado	23	30	53
Ingeniero/a de Organización Industrial	12	3	15
Ingeniero/a Industrial	52	13	65
Ldo/a. Psicología	49	187	236
Ldo/a. Derecho	202	284	486
Ldo/a. Psicopedagogía	14	48	62
Ldo/a. Geografía	23	167	190
TOTAL	577	874	1451

Fuente: Anuario Estadístico 2007/2008 de la Universidad de Sevilla

Por otra parte, la demanda del curso de Doctorado “Gestión de la Globalización y Adaptación al Cambio” del Departamento de Administración de Empresas y Marketing, precursor del Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, en el curso 2006/2007 (Anuario Estadístico 2006/2007 de la Universidad de Sevilla), fue de 39 personas, siendo un 56% mujeres (22) y el resto hombres (17). Este valor, superior a las plazas ofertadas en el Máster, es otro de los indicadores relativos a su demanda potencial, y refleja el elevado grado de aceptación de este tipo de estudios.

En la actualidad, el [Anuario Estadístico más reciente de la Universidad de Sevilla \(2020-2021\)](#) ofrece como datos destacables, en su capítulo 6 (alumnos graduados), los siguientes:

**Egresados/as en titulaciones previas de la Universidad de Sevilla que pueden acceder al Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales (2020-2021)**

TITULACIÓN	Hombres	Mujeres	Total
Grado en Admón. y Dirección de Empresas	126	125	251
Doble Grado en Admón. y Dirección Empresas y Derecho	38	56	94



Grado en Marketing e Investigación de Mercados	29	60	89
Grado en Economía	40	36	76
Grado en Derecho	159	293	452
Doble Grado en Derecho y Economía	12	10	22
Grado en Finanzas y Contabilidad	64	72	136
Doble Grado en Derecho y Finanzas y Contabilidad	20	21	41
Grado en Turismo	55	150	205
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	35	97	132
Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos	53	89	142
Doble Grado en Finanzas y Contabilidad y R. Laborales	10	17	27
Grado en Ingeniería de la Organización Industrial	33	19	52
Grado en Ingeniería Desarrollo Industrial y del Producto	47	52	99
Grado en Comunicación Audiovisual	63	87	150
Grado en Psicología	42	211	253
Grado en Pedagogía	15	141	156
Grado en Geografía y Gestión Territorio	34	8	42
TOTAL			

Fuente: Anuario Estadístico 2020/2021 de la Universidad de Sevilla

Junto a la demanda de egresados en titulaciones previas, el Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales logra una muy buena acogida en el ámbito profesional. En este contexto, se instrumentaliza el CONVENIO específico entre la Universidad de Sevilla y EXTENDA, por el que se crea la [Cátedra de Internacionalización y Marketing Internacional](#) adscrita al Departamento de Administración de Empresas y Marketing. Asimismo, este Departamento ha contado con la [Cátedra de Empresa Familiar](#) y la [Cátedra de Emprendedores y Nueva Economía](#), ambas dedicadas a impulsar, tanto desde el ámbito académico como profesional o investigador, las distintas iniciativas emprendedoras de estudiantes y profesionales, así como las particularidades específicas de las empresas familiares de nuestro entorno económico.



En la actualidad, el Departamento de Administración de Empresas y marketing, así como el profesorado del Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, están vinculados a las siguientes [Cátedras de la Universidad de Sevilla](#), que constituyen un medio para promocionar las relaciones entre las empresas y la vanguardia de la investigación y el conocimiento generados en la Universidad, así como para contribuir a la **formación de futuros profesionales** en las áreas de trabajo e investigación de interés de la cátedra: Cátedra de Internacionalización Extenda, Cátedra Puerto de Sevilla-Universidad de Sevilla, Cátedra Efic IDIPE de Investigación para el Desarrollo e Innovación y Cátedra Metropol Parasol.

Respecto a la tercera fuente de demanda del título señalada, cabe destacar la experiencia y relaciones que el departamento proponente de este título ha acumulado a lo largo de los años, gracias a la impartición de su programa de doctorado en múltiples Universidades Extranjeras. Entre ellas, se encuentran las siguientes:

- Universidad Moderna de Lisboa (Portugal)
- Universidad Autónoma del Sur (Chile)
- Universidad de Pinar del Río (Cuba)
- Universidad Americana de Asunción (Paraguay)
- UTESA. Santiago de los Caballero (República Dominicana)
- Universidad Católica Salta (Argentina)
- Universidad de Santiago de Cali (Colombia)
- Universidad de Brno (República Checa)
- Universidad de Santiago de Chile (USACH)
- Universidad Privada Boliviana (Bolivia)

Finalmente, hemos de señalar que, si bien es amplia la oferta de formación de postgrado, los cursos relacionados con la Dirección y Gestión de Empresas constituyen desde el inicio del título una pieza central de la demanda de Máster y cursos de especialización. En concreto, suponen un 34% de la oferta total según el estudio “La demanda de Formación Continua en España 2004-2005”, realizado por DEP Consultoría Estratégica. En la actualidad, los estudios universitarios relacionados con la Administración y Gestión de Empresas siguen encontrándose entre los niveles más elevados de demanda y empleabilidad en nuestro país ([Adecco, 2019](#); [Statista 2020](#); [Spring Professional, 2023](#)). A ello hay que unir la tendencia creciente de demanda de estudios universitarios de Máster, con un crecimiento acumulado del 36,2% en los últimos 5 cursos, según datos del Ministerio de Universidades de España relativos al [Sistema Universitario Español \(2022-2023\)](#).

Podemos encontrar diversos referentes nacionales e internacionales que avalan la propuesta de este título. En primer lugar, podemos destacar que las principales Universidades Americanas y Europeas, así como relevantes Escuelas de Negocio, dedican parte de su oferta de formación en postgrado y/o especialización a esta temática, dada su relevancia para la competitividad de las empresas de hoy. En este sentido, subrayamos los siguientes referentes nacionales e internacionales:



Thunderbird School of Global Management (Arizona State University): [Master of Global Management](#)

Norwegian School of Economics: [Master in International Management](#)

ESADE Business School: [Master in International Management](#)

EADA Escuela de Alta Dirección y Administración: [International Master in Management](#)

ICADE: [Master in International Management](#)

EOI: [Master en Global MBA](#)

Escuela Europea de Negocios: [Máster Internacional en Ingeniería y Gestión de Negocios](#)

ESERP Business School: [Masters Universitarios en Empresa](#)

Stanford University GSB: [Executive Program in International Management](#)

Harvard Business School: [Management Programs](#)

MIT Sloan School of Management: [Strategy and Innovation Program](#)

INSEAD: [Management and Marketing Programs](#)

The Master's level benchmark statements of [The Quality Assurance Agency for Higher Education \(QAA\)](#) establece que el objetivo general de un Máster en Dirección y Gestión de Empresas es añadir valor a las personas graduadas o licenciadas, desarrollando en ellas una visión integradora y crítica de la gestión de las organizaciones, y ayudándoles a determinar el papel o rol que deben desempeñar en ellas. Los propósitos de estos estudios deben ser los siguientes:

- Realizar un estudio avanzado de las organizaciones, de sus directivos/as y de los cambios del contexto externo en el que operan.
- Desarrollar las capacidades necesarias en el individuo para afrontar sus tareas profesionales.
- Desarrollar la habilidad de aplicar el conocimiento y ser capaz de comprender los complejos objetivos de la dirección de empresas, tanto de una forma sistemática como creativa, en aras de desarrollar de la forma más efectiva posible sus tareas en la organización.
- Fomentar el aprendizaje continuo y el desarrollo personal para contribuir a la gestión de la empresa y a la sociedad en general.

Como posteriormente se analizará, los objetivos genéricos y específicos del Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales se adecuan plenamente a esta propuesta.

En cuanto a proyectos específicos en este campo, podemos destacar la relación con el “Centre for Internationalisation and Enterprise Research” (University of Glasgow) y su [Master of Science in International Management & Entrepreneurship programme](#), cuyos contenidos y temáticas están estrechamente ligados a los de esta propuesta. Procede manifestar que la codirectora de dicho centro en los momentos de implantación de este Máster, la profesora Marian V. Jones, ha sido profesora visitante de nuestro programa de doctorado.



En cuanto a referentes de estudios oficiales de otras universidades españolas, podemos destacar, entre otros, los siguientes:

[Máster Universitario en Internacionalización Económica: Integración y Comercio Internacional](#) (Universitat de Valencia y Universitat Jaume I de Castellón)

[Máster Universitario en Negocios Internacionales](#) (Universidad Camilo José Cela)

[Máster Universitario en Internacionalización](#) (Universidad de Barcelona)

[Máster Internacional en Dirección de Marketing Internacional](#) (Universidad Rey Juan Carlos)

[Máster en Gestión Internacional de Negocios](#) (Universidad de Valencia)

[Máster en Dirección Internacional de Empresas](#) (Universidad Carlos III)

[Máster en Negocios Internacionales](#) (Universidad Pompeu Fabra)

[Máster en Negocios Internacionales](#) (Universidad Castilla-La Mancha)

Igualmente, cabe destacar que en el [Libro Blanco del Título de Grado en Economía y Empresa](#) (páginas 427-428) se señalan entre las sugerencias de posibles posgrados la Dirección y Gestión de Empresas, la Economía Internacional y los MBA.

Por todo lo expuesto, el Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales de la Universidad de Sevilla se caracteriza por integrar las vertientes académico-profesional e investigadora dentro de un mismo programa. Este modelo asume que la formación en el campo de la dirección de empresas requiere tanto de competencias profesionales como de investigación. Por ello, el Máster Oficial en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales está orientado a lograr una máxima especialización, ofreciendo una formación completa en las [competencias académicas y profesionales](#) necesarias para la gestión y desarrollo de los negocios internacionales. De este modo, se persigue alcanzar la capacitación adecuada para ejercer tareas de gestión, analizando detalladamente las técnicas y herramientas especializadas en este campo, así como desarrollar las competencias personales necesarias que permitan afrontar tanto los nuevos retos en la organización, como el desarrollo de nuevas e innovadoras ideas de negocios. En definitiva, el recorrido curricular está orientado tanto a la formación en competencias para el ejercicio de funciones relacionadas con la gestión estratégica y los negocios internacionales, como a la continuación de la especialización a través de la vertiente investigadora ([Programa de Doctorado en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales de la US](#)).

---

**Descripción de los procedimientos de consulta utilizados para la elaboración del plan de estudios.**

**Descripción de los procedimientos de consulta internos:**

Dado que el Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales procede de un programa de doctorado con mención de calidad, su plan de estudios deriva, fundamentalmente, de dicho



programa. La experiencia académica e investigadora del Departamento, tras más de treinta años ofertando programas de doctorado, constituyen el germen a partir del cual nace este plan de estudios. Siguiendo las recomendaciones de la Guía para el Diseño de las Titulaciones y Planes de Estudio de la Universidad de Sevilla (C.G. 30 de abril de 2008), para la concreción de las diferentes materias que conforman esta titulación, se llevó a cabo el siguiente procedimiento:

- Desde el 16 de marzo de 2004 se encuentra vigente en el Departamento la “Comisión de Doctorado e Investigación”, dedicada a velar por todas las actuaciones desarrolladas en este ámbito. Dicha comisión fue la responsable de elaborar, con el beneplácito del Consejo de Departamento, las memorias pertinentes que permitieron obtener la Mención de Calidad del entonces programa de Doctorado Vigente.
- En octubre de 2007, y a instancias de dicha comisión, se articularon varios grupos de trabajo conformados por profesorado del departamento cuya finalidad era estructurar el contenido y las líneas generales de esta nueva titulación.
- La propuesta elaborada por los miembros de estos grupos de trabajo fue trasladada, para su conocimiento y discusión, al resto del profesorado del Departamento, así como a otras instituciones externas interesadas en estos estudios.
- La participación del alumnado se llevó a cabo gracias a la información recogida en los cuestionarios de evaluación y satisfacción del programa de doctorado precedente a este título. En estas evaluaciones, señalaban los puntos fuertes y débiles de la propuesta anterior.
- Finalmente, todas las opiniones e informaciones se recogieron en la propuesta final del Máster, que fue aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla en diciembre de 2007.
- En el mes de febrero de 2008, se traslada la propuesta definitiva y aprobada del Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales al Consejo de Departamento, para su difusión y ratificación.
- En el mes de abril de 2008, se recibe el informe favorable por parte de la Agencia de Evaluación, lo que permite su impartición en el curso 2008-2009.

Desde el mes de abril hasta el mes de junio del 2008, la Comisión del Departamento trabaja para elaborar la memoria de verificación del Máster. Dicha propuesta se aprueba en el Consejo de Departamento del mes de junio.

### **Descripción de los procedimientos de consulta externos:**

Entre las fuentes externas que han participado en la elaboración de la estructura de este plan de estudios cabe destacar la participación indirecta de la ANECA, a través de las distintas opiniones y sugerencias que realizaron al Programa de Doctorado inicial para su consecución de la mención de Calidad, programa de doctorado que constituye el punto de partido de este título oficial. Asimismo,



intervienen activamente en este proceso organismos e instituciones interesadas en estos estudios, entre las que destaca EXTENDA, dado el elevado grado de colaboración que mantiene con nuestro Departamento.

La presente propuesta de modificación de la memoria de verificación obedece a la necesidad de actualizar el número de plazas recogidas en la memoria de verificación del título, ya que, en este caso, el dato que aparece es el de la previsión que se hizo en el momento de la implantación del mismo en el año 2010 que fue de 25 plazas para los dos primeros años.

Como puede verse en la tabla que aparece a continuación, se han ido aprobando en Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla 30 plazas desde el curso 2012/13.

Por otro lado, según indicaciones de la Secretaría General de Universidades, las plazas recogidas en las memorias de verificación de los planes de estudios que constan en el RUCT son aquellas que son tenidas en cuenta para autorizar la oferta de plazas anual y el aumento del número de plazas que suponga un incremento del 10% acordado por la CGPU tiene que realizarse mediante el procedimiento de modificación del plan de estudios establecido en la normativa vigente. Por ello, siguiendo el procedimiento para la modificación sustancial de los planes de estudios impartidos en centros universitarios acreditados institucionalmente establecido en el artículo 33 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, iniciamos el procedimiento de modificación del presente plan de estudios ante el Consejo de Universidades.

Por todo ello, se propone una oferta de 30 plazas.

Se hace constar que la Universidad de Sevilla dispone de recursos humanos y materiales suficientes para impartir el número de plazas propuesto, tal y como se ha venido demostrando a desde el curso 2012/13 desde el que se vienen ofertando 30 plazas. En este mismo sentido cabe destacar que en este periodo el título ha renovado su acreditación dos veces, mediante Resoluciones del Consejo de Universidades de fechas 15/12/2016 y 17/09/2020.

Máster Universitario en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales	
Curso	Número de plazas aprobadas
2010/11	25
2011/12	25
2012/13	30
2013/14	30
2014/15	30
2015/16	30
2016/17	30
2017/18	30
2018/19	30
2019/20	30
2020/21	30



2021/22	30
2022/23	30
2023/24	30

Además, la evolución del título durante sus años de vigencia conduce a la conveniencia de actualizar la organización de su plan de estudios, eliminando los itinerarios anteriores, que eran meramente orientativos, y diseñando una estructura de 3 módulos, dado que el máster cuenta con tres modalidades de asignaturas: obligatorias, optativas y trabajo fin de máster. De ahí la idoneidad de organizar su plan de estudios en tres módulos:

Módulo 1: asignaturas obligatorias.

Módulo 3: asignaturas optativas.

Módulo 3: trabajo fin de máster.

De este modo, las asignaturas que integraban los antiguos itinerarios orientativos y módulos han pasado a integrar el módulo 1 (asignaturas obligatorias), el módulo 2 (asignaturas optativas) y el módulo 3 (trabajo fin de máster) del plan de estudios.

La modificación de la organización del plan de estudios del máster en 3 módulos, así como la eliminación de los antiguos itinerarios orientativos, aumenta a claridad de la estructura del plan de estudios, sin que ello genere cambios en su contenido y asignaturas que lo integran.

La nueva estructura del plan de estudios de este máster facilita al estudiantado la identificación de las asignaturas que deben cursar obligatoriamente, así como de aquellas que, por su carácter optativo, pueden elegir libremente (en concreto, 6 asignaturas optativas de las 13 que oferta el título en esta modalidad). Además, el trabajo fin de máster queda diferenciado en un módulo concreto. Ello confiere al trabajo fin de Máster la entidad propia requerida.

Finalmente, la evolución de una parte del contenido de la asignatura “El impacto de la globalización de los mercados en el comportamiento caótico del consumidor” genera la conveniencia de eliminar de su nombre el término “caótico”. Por tanto, el nombre propuesto para esta asignatura es “El impacto de la globalización de los mercados en el comportamiento del consumidor”.

### **1.3.- Objetivos formativos**

#### **Principales objetivos formativos del título**

Los conocimientos propios que se adquieren en este Máster están ligados a una profundización de las habilidades que permitirán a las personas con puestos directivos en las empresas gestionar los diferentes aspectos económicos, sociales y culturales que influyen en su actividad profesional internacional. De este modo, se pretende proporcionar en las actividades de dirección las habilidades de comunicación y negociación adecuadas para su constante interacción con otros países, y también los conocimientos, herramientas y técnicas necesarias para llevar a cabo las acciones de presencia y consolidación de la empresa en los diferentes mercados.

En este contexto, las personas con roles de dirección empresarial deben comúnmente asumir roles de liderazgo, comunicación efectiva de sus ideas y objetivos, tanto internamente como hacia el



exterior de la empresa, deben saber analizar el entorno interno y externo a su empresa y trazar planes de cara al futuro, saber detectar recursos y capacidades valiosos de su empresa y ponerlos en valor a través de la estrategia internacional.

Por otra parte, el diseño de este título se atiene a las normas y regulaciones vigentes respecto a la igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad, contemplados en el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, y se ponen en marcha los medios que el [Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria](#) tiene previstos para la atención a estudiantes con necesidades educativas especiales.

Las garantías de igualdad de género están supervisadas por la [Unidad para la Igualdad](#), una instancia constituida en 2008 en la Universidad de Sevilla, encargada de vigilar las mismas y de promover políticas de igualdad.

Por su carácter **académico y profesional**, los **objetivos generales** que se persiguen con este Máster son los siguientes:

- Proporcionar una visión de la empresa desde una óptica gerencial, realizando una mención especial a las estrategias necesarias para el desarrollo de los negocios internacionales y los procesos de internacionalización.
- Obtener un conocimiento exhaustivo del proceso estratégico y organizativo de la empresa en un contexto internacional, así como de las herramientas y metodologías de gestión avanzadas utilizadas por las empresas que desean adaptarse a un entorno tan dinámico y competitivo como el actual.
- Desarrollar las capacidades claves para la gestión empresarial tales como el trabajo en equipo, la comunicación, la dirección de personas y la creatividad.
- Potenciar el desarrollo de una mentalidad abierta e innovadora, adaptada a un entorno empresarial globalizado y en continuo cambio.
- Favorecer las actitudes emprendedoras, la innovación y el comercio exterior, con especial énfasis en la internacionalización de la empresa familiar.
- Estimular en los equipos directivos el respeto a la ética, la diversidad cultural y el factor humano, promoviendo organizaciones internamente sostenibles.
- Profundizar sobre las estrategias de internacionalización, las redes internacionales y los modos de entrada en nuevos mercados.
- Estudiar las características del aprendizaje y la gestión y transferencia del conocimiento en negocios internacionales, así como de la dirección estratégica de los recursos humanos.
- Analizar detenidamente el papel de las tecnologías de la información y de los sistemas de información en organizaciones y mercados globales.
- Profundizar sobre el comportamiento del consumidor y su heterogeneidad, la gestión del valor y el marketing de relaciones en entornos de globalidad y auge del e-business, desde una orientación al mercado internacional.



- Promover la sostenibilidad de la empresa en su proceso de internacionalización, a través de sistemas de comercialización de marcas y distribución de productos respetuosos con el medio ambiente.

A ello hay que unir que, dada su **perspectiva investigadora** adicional, los objetivos anteriormente expuestos están complementados por los siguientes:

- Capacitar doctores/as que den respuesta a la demanda de las empresas que operan a nivel global en mercados internacionales, para su incorporación como especialistas a diferentes áreas de gestión y dirección.
- Desarrollar los procedimientos para la formación de doctores/as que aporten investigaciones en el ámbito de la globalización y expansión en mercados internacionales, atendiendo a las peticiones realizadas por Extenda (Agencia Andaluza de Promoción Exterior).
- Desarrollar los procedimientos para la formación de doctores/as para que repercutan científicamente en los grupos de investigación que se integran en nuestro departamento.

Estos objetivos se alcanzan a través de la transmisión de fundamentos y técnicas de gestión de empresas innovadoras, conforme a las actuales tecnologías y sistemas de información.

Al finalizar el Máster, las personas que lo hayan cursado deberán haber adquirido las competencias que les permitan situarse conceptual y prácticamente ante la diversidad de realidades, relaciones y necesidades que ocurren en el ámbito empresarial internacional.

#### **Objetivos formativos de las menciones o especialidades**

NO PROCEDE

#### **Estructuras curriculares específicas y Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos**

NO PROCEDE

#### **Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas y profesiones reguladas**

<b>Perfiles de egreso:</b>	Dirección y coordinación de Procesos de Internacionalización de empresas multinacionales. Dirección y asesoramiento para la internacionalización de Empresas Familiares y PYMES. Asesoramiento especializado a empresas en Comercio Exterior. Dirección y gestión de Marketing Internacional. Organización y gestión de Logística y Exportaciones. Acceso a la Administración Pública para puesto de promoción del Comercio Exterior e impulso de la Internacionalización de Empresas: oficinas comerciales públicas en el exterior e instituciones públicas (estatales, autonómicas y locales) dedicadas a la promoción y el apoyo de programas de internacionalización de empresas. Participación en Organismos multilaterales especializados en el ámbito del comercio internacional. Impartir docencia en Centros Universitarios y Centros de Formación Profesional Específica. Acceso a Programas de Doctorado afines, que impulsen la carrera
----------------------------	---



	investigadora en centros públicos y privados. Es el caso, entre otros, del Programa de Doctorado en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales de la Universidad de Sevilla.
<b>Habilita para profesión regulada:</b>	[no]
<b>Profesión regulada:</b>	
<b>Acuerdo:</b>	
<b>Norma:</b>	
<b>Condición de acceso para título profesional:</b>	[no]
<b>Título profesional:</b>	

## 2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (ESG 1.2)

Seguidamente se presentan los resultados del proceso de formación y aprendizaje del alumnado durante la realización del Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, que son exigibles para otorgar el título propuesto, y que resultan relevantes, significativos y evaluables en el contexto del proyecto formativo. Dichos resultados se han organizado tomando como referencia la triple clasificación en conocimientos o contenidos, competencias y habilidades o destrezas establecidas en la [publicación CEDEFOP \(2014\) de Publications Office of the European Union](#). Para su elaboración se han realizado consultas a los diferentes públicos (stakeholders) implicados: profesorado, alumnado, empresas, entidades públicas, colegios y asociaciones profesionales y personas expertas en el ámbito de la internacionalización. La finalidad ha sido adecuar los resultados del proceso de formación y aprendizaje del alumnado de este Máster a su ámbito de conocimiento y su nivel de especialidad, a los objetivos formativos del título y a los perfiles de egreso definidos (demandas sociales y laborales), de manera que se optimice su formación integral y su empleabilidad.

Además, los resultados del proceso de formación y aprendizaje del alumnado se han definido tomando como referencia los principios generales de la organización de las enseñanzas universitarias oficiales establecidos en el Real Decreto 822/2021, así como de la definición de competencias para el nivel de Máster según el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES) según el [Real Decreto 1027/2011 de 15 de julio](#). Igualmente, como ya se mencionó con anterioridad al definir los objetivos formativos, los resultados del proceso de formación y aprendizaje de este título se han establecido bajo las premisas de los objetivos de desarrollo sostenible, la inclusión, la igualdad de oportunidades, la no discriminación y accesibilidad y la igualdad de género.

[Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria](#) de la Universidad de Sevilla.

[Unidad para la Igualdad](#) de la Universidad de Sevilla.

En la definición de estos resultados del proceso de formación y aprendizaje se ha promovido, además, un equilibrio con la capacidad del estudiantado, la viabilidad organizativa del plan de estudios y de las actividades formativas diseñadas, la interdependencia entre las materias y la operatividad del sistema de evaluación.

## Resultados del proceso de formación y aprendizaje

<b>Código</b> (C/COM/HD) (COP/COMOP/HDOP)	<b>Descripción</b>	<b>Tipo</b> (Conocimientos o contenidos (C) / Competencias (COM) /Habilidades o Destrezas (HD))
C01	Comprende los conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en un contexto de planificación y expansión estratégica y desarrollo de marketing internacional.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C02	Domina la comprensión sistemática de un campo de estudio y de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C03	Analiza, evalúa y sintetiza con perspectiva crítica y constructiva ideas nuevas y complejas acerca de sus áreas de conocimiento, con la consiguiente toma de decisiones.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C04	Conoce y relaciona los avances en los sistemas de información de una sociedad basada en el conocimiento y la economía digital, teniendo en cuenta tanto las necesidades de las empresas que se internacionalizan como las del conjunto de la sociedad.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C05	Identifica y explica los conceptos actuales fundamentales de dirección de recursos humanos en relación con problemas estratégicos concretos, fundamentalmente internacionalización y procesos de innovación.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C06	Comprende los procesos organizativos de la empresa internacional, fomentando la innovación y el espíritu emprendedor.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C07	Reconoce y comprende los retos y las oportunidades de la diversidad de culturas y costumbres de otros países, y el respeto a las mismas en una filosofía de compromiso con la ética y la responsabilidad social.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C08	Identifica la orientación al mercado como una filosofía estratégica fundamental de la empresa internacional, en contextos de heterogeneidad del mercado.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
HD01	Aplica los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la gestión estratégica y los negocios internacionales.	<i>Habilidades o Destrezas (HD)</i>
HD02	Diseña, construye y ejecuta procesos sustanciales de investigación, con rigor académico e integridad, que amplíen las	<i>Habilidades o Destrezas (HD)</i>

	fronteras del conocimiento del área y que transfieran dichos conocimientos a la práctica.	
HD03	Maneja los fundamentos de la formulación de la estrategia y su aplicación al entorno internacional, analizando los diferentes contextos y estructuras internacionales y su potencial influencia en el comportamiento empresarial y en el desarrollo de ventajas competitivas.	<i>Habilidades o Destrezas (HD)</i>
HD04	Planifica cada una de las fases del proceso de gestión del cliente y de valoración de la cartera de clientes, apoyándose en el uso de las herramientas TIC (tecnologías de la información y comunicaciones) y técnicas de gestión adecuadas a las características y tamaño de la empresa.	<i>Habilidades o Destrezas (HD)</i>
HD05	Elabora mecanismos de transferencia de conocimientos en contextos de negocios internacionales, fomentando las habilidades de empatía y comunicación interpersonal.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD06	Maneja conocimientos avanzados sobre la gestión estratégica de la marca como activo intangible de la empresa en el mercado internacional.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD07	Utiliza las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el seguimiento de la evolución del mercado electrónico (e-business) y la propuesta de modelos de negocio en el ámbito internacional.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
COM01	Propone y promueve entornos en los que prevalece el respeto a los derechos fundamentales, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la diversidad y multiculturalidad, el compromiso ético, la accesibilidad universal para las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de paz y democracia.	<i>Competencia Básica (COM)</i>
COM02	Integra conocimientos para enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.	<i>Competencia Básica (COM)</i>
COM03	Produce y comunica sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.	<i>Competencia Básica (COM)</i>
COM04	Lidera y desarrolla habilidades que le permita continuar su aprendizaje en el ámbito profesional y de investigación de modo autodirigido o autónomo.	<i>Competencia Básica (COM)</i>
COM05	Genera y fomenta el trabajo en equipo y la creatividad.	<i>Competencia General (COM)</i>

COM06	Integra la innovación y el espíritu emprendedor en la toma de decisiones, desde la prioridad a la sostenibilidad y la sensibilidad al cambio climático.	<i>Competencia General (COM)</i>
COM07	Produce y desarrolla habilidades de empatía y comunicación interpersonal: asertividad, control del lenguaje corporal, comunicación escrita, verbal y no verbal.	<i>Competencia General (COM)</i>
COM08	Gestiona y administra una empresa internacionalizada de manera sostenible, entendiendo sus procesos de cambio.	<i>Competencia Transversal (COM)</i>
COM09	Analiza información e integra conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos, para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados internacionales.	<i>Competencia Transversal (COM)</i>
COM10	Integra y encuentra el ajuste necesario entre la estrategia de internacionalización, los sistemas de gestión de la información y el conocimiento de mercados globales, los mecanismos de comercialización en entornos multiculturales, y las políticas igualitarias de recursos humanos en empresas de base global.	<i>Competencia Transversal (COM)</i>
COM11	Diseña, pone en marcha y gestiona los canales de distribución adecuados en contextos de internacionalización, con adaptación a las características de las empresas.	<i>Competencia específica (COM)</i>
COM12	Lidera la transformación y los procesos de internacionalización de la empresa familiar, en una organización de base global y en contextos de digitalización.	<i>Competencia (COM)</i>
COM13	Proyecta y supervisa la expansión internacional de la empresa mediante la creación de redes internacionales.	<i>Competencia (COM)</i>
COM14	Participa en la planificación y diseño de los sistemas de contratación y comercio exterior de la empresa.	<i>Competencia (COM)</i>

### **3. Admisión, reconocimiento y movilidad (ESG 1.4)**

#### **3.1.- Requisitos de acceso y procedimientos de admisión**

¿Cumple requisitos de acceso según legislación vigente? [si]

Los requisitos de acceso al Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales son públicos, y respetan la legislación vigente. De este modo, se facilita su incorporación a la Universidad de Sevilla, y a este Máster.



La Universidad de Sevilla facilita esta información detallada y actualizada a través de su página web: [Admisión en estudios de Máster | Portal Universidad de Sevilla \(us.es\)](https://portal.us.es)

La Universidad de Sevilla no dispone de una normativa específica propia sobre el acceso y admisión a los títulos de Máster Universitario, dado que, a los únicos efectos del ingreso en los centros universitarios, todas las Universidades públicas andaluzas se constituyen en un distrito único, según dispone el artículo 73 del DECRETO LEGISLATIVO 1/2013 de 8 de enero, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley Andaluza de Universidades.

Normativa vigente:

- [Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre, de Universidades \(BOE 24 de diciembre, modif. por Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril\).](#)
- [Decreto Legislativo 1/2013 de 8 de enero, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Andaluza de Universidades \(BOJA 11 de enero\).](#)
- [Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad \(BOE 28 de septiembre\).](#)
- [Estatuto de la Universidad de Sevilla, Dto 324/2003 de 25 de noviembre \(BOJA 5 de diciembre, BOE 16 de enero\).](#)
- [Acuerdo de 16 de diciembre de 2022 de la Comisión del Distrito Único Universitario de Andalucía, por el que se establece el procedimiento para el ingreso en los Másteres Universitarios que se impartan en el curso 2023-2024 dirigido exclusivamente a personas en posesión de un título universitario extranjero no homologado.](#)
- [Acuerdo de 17 de mayo de 2022, por la que se regula el procedimiento de admisión en los estudios de Máster Universitario de las Universidades Públicas Andaluzas, conforme a lo previsto en el Artículo 18.4 del RD 822/2021 de 28 de septiembre \(BOJA 8 de junio\).](#)
- [Acuerdo de 17 de mayo de 2022, por el que se regula el procedimiento de admisión en los estudios de Grado y Máster vinculados en los programas académicos con recorridos sucesivos aprobados en el seno de las Universidades Públicas de Andalucía, conforme a lo previsto en la Disposición Adicional Novena del RD 822/2021 de 28 de septiembre \(BOJA 7 de junio\).](#)

### **Requisitos de acceso**

De acuerdo con lo previsto en el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, las personas que deseen iniciar estudios de Máster Universitario deben reunir alguno de los siguientes requisitos:

- Estar en posesión de un título español de Graduado/a, o del título de Arquitecto/a, Ingeniero/a, Licenciado/a, Arquitecto Técnico/a, Diplomado/a, Ingeniero/a Técnico/a o Maestro/a, u otro expresamente declarado equivalente u homologados a alguno de ellos.
- Estar en posesión de un título universitario extranjero expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas oficiales de máster.
- Estar en posesión de un título universitario extranjero no homologado en España por el equivalente al nivel de grado, y que faculte en el país de origen para cursar estudios de máster.



Así mismo, podrá solicitar la admisión condicionada, el estudiantado de las universidades españolas al que a la fecha de finalización del último plazo de preinscripción fijado por la Comisión de Distrito Único Universitario de Andalucía (Fase 3), sólo le reste por superar: la acreditación de la competencia lingüística en idioma extranjero requerida, el TFG y un máximo de 9 créditos ECTS para obtener el título de grado. Sólo se permitirá la admisión en aquellos títulos que, al final del proceso general de preinscripción, cuenten con plazas vacantes, a fin de garantizar la prioridad de matrícula de quienes dispongan del título oficial de grado. La matrícula se entenderá condicionada hasta la finalización de los estudios de grado, siendo definitiva cuando el estudiante acredite haber abonado los derechos de expedición del título de grado. En ningún caso se podrá obtener el título de máster con anterioridad al título de grado que permite el acceso al máster.

Además de lo anterior, en su caso, deberán cumplir los requisitos específicos que requiera cada máster en el que desee ser admitido. Dichos requisitos específicos se harán públicos desde el comienzo del plazo de presentación de solicitudes hasta la finalización del mismo, en el siguiente [enlace](#) (Distrito Único Andaluz).

La aceptación en un Máster Oficial no implica en ningún caso la homologación del título previo ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar una enseñanza de Máster.

### **Procedimiento y criterios de admisión**

El artículo 18 del RD 822/2021, de 28 de septiembre, regula el acceso y la admisión a las enseñanzas oficiales de Máster. A nivel autonómico, según el artículo 75 de la Ley 15/2003 Andaluza de Universidades, a los únicos efectos del ingreso en los centros universitarios, todas las Universidades públicas andaluzas se constituyen en un distrito único. En consecuencia, los procesos de admisión de alumnos se realizan de acuerdo con los criterios que establezca la Comisión de Distrito Único Andaluz, considerándose en los mismos la existencia de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad. Según las disposiciones del Distrito Único Universitario de Andalucía por las que se establece el procedimiento para el ingreso en los Másteres universitarios, el criterio de prelación en la adjudicación de plazas tendrá en cuenta “los requisitos de admisión y los criterios en el orden de preferencia que para cada Máster se haya establecido en la correspondiente memoria de implantación, o en su defecto, por la comisión Académica correspondiente”. En todo caso, el procedimiento de ingreso se ajustará a la normativa vigente en cada momento, en particular a los acuerdos de la Comisión del Distrito Único Universitario de Andalucía, publicados anualmente por la Dirección General de Universidades.

Toda la información sobre acceso y admisión a los estudios de la Universidad de Sevilla se encuentra permanentemente actualizada en las direcciones:

[Admisión en estudios de Máster | Portal Universidad de Sevilla \(us.es\)](#)  
<https://www.us.es/estudiar/acceso-matricula>

La Comisión Académica del Máster establecerá y aplicará los criterios de selección, siempre respetando los principios de mérito e igualdad de oportunidades.

Las titulaciones preferentes como criterio de admisión para este Máster serán:

- Grado en Administración y Dirección de Empresas.
- Grado en Marketing e Investigación de Mercados.



- Grado en Economía.
- Grado en Comercio Internacional.
- Grado en Finanzas.
- Grado en Turismo.
- Grado en Ingeniería y Organización Industrial.
- Dobles grados vinculados a las especialidades anteriores.
- Máster vinculado a las especialidades anteriores.

Toda la información sobre los requisitos y criterios específicos de admisión están disponibles en la web del Distrito Único Andaluz, en la Ficha correspondiente al Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, así como en las páginas web de la Universidad de Sevilla, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, y del propio Máster:

[Acceso a la Universidad \(juntadeandalucia.es\)](http://juntadeandalucia.es) 803306 - Gestión Estratégica y Negocios Internacionales (Sevilla)

[Máster Universitario en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales | Portal Universidad de Sevilla \(us.es\)](http://portal.us.es)

[Másteres Universitarios | Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales \(us.es\)](http://us.es)

[GENI – Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales – Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales – Universidad de Sevilla \(us.es\)](http://us.es)

Los criterios y el baremo para la puntuación de acceso son públicos (web del Distrito Único Andaluz). En concreto, son los siguientes:

DESCRIPCIÓN	BAREMO (%)
Nota media del expediente académico	35
Conocimiento de idiomas	15
Metas profesionales	15
Adecuación del perfil académico y profesional	20
Otros méritos	5
Formación complementaria afín	10

Atendiendo a estos criterios, son dos las modalidades de acceso a este máster oficial:

- Cupo general: Estar en posesión de un título de Grado, o de alguno de los actuales Arquitecto, Ingeniero, Licenciado, Arquitecto Técnico, Diplomado, Ingeniero Técnico o Maestro, u otro expresamente declarado equivalente.
- Cupo de extranjeros: estar en posesión de un título universitario extranjero no homologado en España al nivel de grado y que faculte en el país de origen para cursar estudios de posgrado.

Si para una determinada fase se reserva un número de plazas, las solicitudes de quienes resulten en lista de espera de la fase anterior, se atenderán en esta nueva fase, en pie de igualdad con quienes hayan presentado su solicitud a esta nueva fase. Las plazas sobrantes en cada fase, automáticamente se acumulan a la siguiente.



Ordenados los/as estudiantes que solicitan la admisión con arreglo a los criterios de valoración antedichos, serán admitidos tantos solicitantes como plazas se oferten, por estricto orden de prelación. En caso de que se produzcan renunciaciones, podrán optar a la admisión los solicitantes no seleccionados en primera instancia, otra vez de acuerdo con su orden de méritos.

La Universidad de Sevilla, a través de su página web [Admisión en estudios de Máster | Portal Universidad de Sevilla \(us.es\)](https://www.us.es), ofrece igualmente con respecto a la admisión en estudios de Máster información detallada acerca de las fases y calendario, preinscripción, documentación, procedimiento, criterios de prelación, cupos de reserva de plazas por discapacidad o condición de deportistas de alto nivel, simultaneidad de estudios, reclamaciones y solicitudes de revisión y sistema de contacto. Así mismo, la Universidad de Sevilla facilita siguiente documento con información genérica sobre Acceso a Máster Universitario: <https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/nCZK2i24QAIHNpb>

Adicionalmente a las páginas web institucionales que ofrecen información general sobre las titulaciones, los alumnos también disponen de las guías docentes de todas las asignaturas con antelación suficiente a través de la web. Estas guías incluyen datos de contacto de los profesores, horarios de tutorías, temario, calendario de exámenes, bibliografía recomendada, sistemas de evaluación, etcétera. Asimismo, se celebrará todos los años una jornada de orientación que ayude a los estudiantes a conocer los detalles de la titulación ofertada.

### Perfil de ingreso

Los/as estudiantes del Máster deben contar con unos conocimientos básicos en dirección de empresas. En el caso de estudiantes extranjeros, será conveniente acreditar el nivel mínimo de B2 en castellano. También será aconsejable que los/as estudiantes acrediten un nivel de inglés B2 o superior.

Por otra parte, cualidades tales como la capacidad de análisis, de síntesis, de razonamiento, así como las competencias para trabajar a nivel grupal e individual, son adecuadas como perfil personal del estudiante de este título de Máster. De igual modo, un interés concreto en las áreas de gestión e internacionalización de la empresa, son elementos recomendables. La adquisición de las competencias y contenidos incluidos en el título favorecerá la adquisición de dichas cualidades.

### 3.2.- Criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos

En el siguiente enlace se encuentra disponible la **Normativa Reguladora del Reconocimiento y Transferencia de Créditos en la Universidad de Sevilla** (Texto consolidado) (Aprobada por Acuerdo 4.3/CG 22-11-11 y modificada por Acuerdo 7.3/CG 20-2-15): <https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/yKP4Fx4pyKCC848>

Tipos de reconocimiento	Mínimo	Máximo	Documento
<b>Créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior</b>	0	0	NO PROCEDE
<b>Créditos cursados en Títulos propios</b>	0	0	NO PROCEDE
<b>Créditos cursados por Acreditación Experiencia</b>	0	3 - (5%)	Sólo se reconocerán



<b>Laboral y Profesional</b>			créditos por experiencia laboral o profesional a personas que justifiquen al menos un año de experiencia en la dirección de marketing o puesto similar en organizaciones públicas o privadas. En todo caso el número de créditos será de 3.
------------------------------	--	--	---

No se contempla reconocimiento de créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior ni en Títulos propios.

### **3.3.- Procedimiento para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida**

En el siguiente enlace se encuentra disponible la **Normativa Reguladora de la Movilidad de estudiantes propios y de acogida de la Universidad de Sevilla**:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/WFoPwqZLMJ24s3d>

En dicha normativa se da acceso, además, a la Normativa Reguladora del Reconocimiento y Transferencia de Créditos en Programas de Movilidad (Capítulo IV, Artículo 15; Capítulos V y VI; Disposiciones Adicionales, Derogatorias y Finales).

La Universidad de Sevilla, a través de su [Sección Internacional](#), promueve de manera prioritaria e intensa los programas de movilidad internacional tanto de estudiantes de la Universidad de Sevilla que cursan estudios en el extranjero, como de estudiantes procedentes del extranjero y que cursan estudios en la US.

En concreto, la Universidad de Sevilla cuenta con un [amplio programa de intercambios](#), así como con servicios especializados en atención a estudiantes de movilidad internaciones: [oficina welcome](#), [servicios de política lingüística](#) y [cooperación](#). En base a ellos, cada curso académico se genera una amplia [convocatoria de movilidad internacional](#), dentro de la cual se ofrecen [destinos específicos para Estudios de Máster y Doctorado](#).

Para el caso concreto del Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, actualmente existen intercambios activos con las [Universidades de Hamburgo](#), Alemania (HAMBURG03) y [Universitatea Babeș-Bolyai](#), Rumanía (CLUJNAP01), y se está en proceso de ampliación de la red de intercambios con Universidades de Italia y Francia. Estas acciones son potenciadas de manera directa por la [Sección de Movilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla](#), en colaboración con la Comisión Académica del Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, que actualiza continuamente en la [web del Máster](#) las informaciones de interés al respecto.



## 4. Planificación de las Enseñanzas (ESG 1.3)

### 4.1.- Estructura del plan de estudios

En el siguiente enlace está disponible un documento con la breve explicación del plan de estudios:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/Rj7qGrasgPmQsiN>

Los detalles de cada uno de los módulos del plan de estudios, así como los de las asignaturas que los integran, se recogen en el archivo disponible en el siguiente enlace:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/SRWfto4iqLHYpwK>

**Tabla 4.1. Estructura del plan de estudios**

Créditos obligatorios	32
Créditos optativos	18
Créditos de prácticas académicas externas	0
Créditos de Trabajo Fin de Grado o Máster	10
Total Créditos ECTS	<b>60</b>

**Tabla 4.2. Resumen del plan de estudios (estructura semestral/trimestral)**

Cursos	Cuatrimestre	
	<b>Cuatrimetre 1</b>	<b>Cuatrimetre 2</b>
<b>Curso 1</b>	ECTS: 32 Asignaturas: 8 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección Estratégica de los Recursos Humanos, 4 ECTS</li> <li>• El Cambio de las Instituciones en una Economía Global, 4 ECTS</li> <li>• El impacto de la globalización de los mercados en el comportamiento del consumidor, 4 ECTS</li> <li>• Estrategia y Organización de Empresas Internacionales, 4 ECTS</li> <li>• Gestión del Valor para el Cliente (Customer Equity Management), 4 ECTS</li> <li>• Proceso de Internacionalización y Marketing Internacional, 4 ECTS</li> <li>• Sistemas de Información y Gestión del Conocimiento (Knowledge Management Systems), 4 ECTS</li> <li>• Sistemas Integrados de Distribución en Mercados Internacionales, 4 ECTS</li> </ul> Tipología (carácter): Obligatorias Modalidad: Presencial Lengua: Español	ECTS: 18 (6 asignaturas) Asignaturas: 13 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento emprendedor e innovación en sectores globales, 3 ECTS</li> <li>• Contratación y Comercio Exterior, 3 ECTS</li> <li>• Diseño Organizativo en Empresas Internacionales , 3 ECTS</li> <li>• E-business, 3 ECTS</li> <li>• El comportamiento del consumidor: análisis de la heterogeneidad del mercado , 3 ECTS</li> <li>• Ética y responsabilidad social en los negocios internacionales , 3 ECTS</li> <li>• Gestión de la diversidad cultural de las empresas internacionales, 3 ECTS</li> <li>• Gestión de marcas internacionales , 3 ECTS</li> <li>• Internacionalización de la empresa familiar, 3 ECTS</li> <li>• Metodología de la investigación, 3 ECTS</li> <li>• Orientación al mercado e internacionalización, 3 ECTS</li> <li>• Redes internacionales, 3 ECTS</li> <li>• Transferencia de conocimiento en negocios internacionales, 3 ECTS</li> </ul> Tipología (carácter): Optativas Modalidad: Presencial Lengua: Español
<b>Curso 1</b>		<b>Cuatrimetre 2</b> ECTS: 10 Materias/asignaturas: 1 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo Fin de Máster, 10 ECTS</li> </ul> Tipología (carácter): Obligatoria (Trabajo Fin Máster) Modalidad: Presencial Lengua: Español

La descripción de los módulos/materias/asignaturas debe completarse con la siguiente información:

**Tabla 4.3. Plan de estudios detallado**

<b>Módulo / Materia 1: Asignaturas obligatorias</b>	
<b>Número de créditos ECTS</b>	32
<b>Tipología</b>	Obligatorio
<b>Organización temporal</b>	Cuatrimestre 1 (C1)
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	<p><b>Conocimientos:</b></p> <p>C01 Comprende los conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en un contexto de planificación y expansión estratégica y desarrollo de marketing internacional.</p> <p>C02 Domina la comprensión sistemática de un campo de estudio y de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.</p> <p>C03 Analiza, evalúa y sintetiza con perspectiva crítica y constructiva ideas nuevas y complejas acerca de sus áreas de conocimiento, con la consiguiente toma de decisiones.</p> <p>C04 Conoce y relaciona los avances en los sistemas de información de una sociedad basada en el conocimiento y la economía digital, teniendo en cuenta tanto las necesidades de las empresas que se internacionalizan como las del conjunto de la sociedad.</p> <p>C05 Identifica y explica los conceptos actuales fundamentales de dirección de recursos humanos en relación con problemas estratégicos concretos, fundamentalmente internacionalización y procesos de innovación.</p> <p><b>Habilidades/Destrezas:</b></p> <p>HD01 Aplica los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la gestión estratégica y los negocios internacionales.</p> <p>HD02 Diseña, construye y ejecuta procesos sustanciales de investigación, con rigor académico e integridad, que amplíen las fronteras del conocimiento del área y que transfieran dichos conocimientos a la práctica.</p> <p>HD03 Maneja los fundamentos de la formulación de la estrategia y su aplicación al entorno internacional, analizando los diferentes contextos y estructuras internacionales y su potencial influencia en el comportamiento empresarial y en el desarrollo de ventajas competitivas.</p> <p>HD04 Planifica cada una de las fases del proceso de gestión del cliente y de valoración de la cartera de clientes, apoyándose en el uso de las herramientas TIC (tecnologías de la información y comunicaciones) y técnicas de gestión adecuadas a las características y tamaño de la empresa.</p> <p><b>Competencias:</b></p> <p>COM01 Propone y promueve entornos en los que prevalece el respeto a los derechos fundamentales, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la diversidad y multiculturalidad, el compromiso ético, la accesibilidad universal para las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de paz y democracia.</p> <p>COM02 Integra conocimientos para enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.</p> <p>COM03 Produce y comunica sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.</p> <p>COM04 Lidera y desarrolla habilidades que le permita continuar su aprendizaje en el ámbito profesional y de investigación de modo autodirigido o autónomo.</p> <p>COM05 Genera y fomenta el trabajo en equipo y la creatividad.</p> <p>COM06 Integra la innovación y el espíritu emprendedor en la toma de decisiones, desde la prioridad a la sostenibilidad y la sensibilidad al cambio climático.</p> <p>COM07 Produce y desarrolla habilidades de empatía y comunicación interpersonal: asertividad, control del lenguaje corporal, comunicación escrita, verbal y no verbal.</p> <p>COM08 Gestiona y administra una empresa internacionalizada de manera sostenible, entendiendo sus procesos de cambio.</p> <p>COM09 Analiza información e integra conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos, para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados internacionales.</p> <p>COM10 Integra y encuentra el ajuste necesario entre la estrategia de internacionalización, los sistemas de gestión de la información y el conocimiento de mercados globales, los mecanismos de comercialización en entornos multiculturales, y las políticas igualitarias de recursos humanos en empresas de base global.</p> <p>COM11 Diseña, pone en marcha y gestiona los canales de distribución adecuados en contextos de internacionalización, con adaptación a las características de las empresas.</p>

<b>Asignaturas</b>	<p>Dirección estratégica de los recursos humanos (C1, 4 créditos, español).  El cambio en las instituciones en una economía global (C1, 4 créditos, español).  El impacto de la globalización de los mercados en el comportamiento del consumidor (C1, 4 créditos, español).  Estrategia y organización de empresas internacionales (C1, 4 créditos, español).  Gestión del valor para el cliente (customer equity management) (C1, 4 créditos, español).  Proceso de internacionalización y marketing internacional (C1, 4 créditos, español).  Sistemas de información y gestión del conocimiento (knowledge management systems) (C1, 4 créditos, español).  Sistemas integrados de distribución en mercados internacionales (C1, 4 créditos, español).</p>
<b>Lenguas</b> <b>Contenidos propios del módulo/materia/asignatura</b>	<p><i>Español</i></p> <p>En este módulo se abordan las materias fundamentales del título, que sientan las bases para profundizar en los aspectos especializados que proponen las asignaturas integradas en el módulo 2, así como para abordar el desarrollo del Trabajo Fin de Máster (módulo 3). En concreto, en este primer módulo se analizan las estrategias empresariales de organización y los procesos de internacionalización, los sistemas de información y gestión del conocimiento en contextos de cambio y globalización, la gestión estratégica de los recursos humanos con enfoques de internacionalización, los sistemas integrados de distribución en mercados internacionales y el conocimiento del consumidor que permita el desarrollo de estrategias comerciales responsables, sostenibles y generadoras de valor para el cliente.</p>
<b>Actividades formativas/ Metodologías docentes</b>	<p>Las actividades formativas presenciales (100%) que se desarrollan en las asignaturas que integran este primer módulo son las siguientes: clases teóricas (AF1, 25% de las horas), prácticas en aula (AF2, 25% de las horas), seminarios (AF3, 10% de las horas), prácticas con software informático (AF4, 10% de las horas), trabajos dirigidos académicamente (AF5, 10% de las horas), tutorías personalizadas (AF6, 10% de las horas), actividades de evaluación (AF7, 10% de las horas).</p> <p>Asimismo, se promueve el trabajo personal autónomo de los/as estudiantes (AF8), con 0% de presencialidad.</p> <p>Las distintas metodologías de enseñanza y aprendizaje que se utilizan por parte de las asignaturas que integran este módulo son las siguientes:</p> <p>MET 1. Lección magistral/expositiva.  MET 2. Sesiones de discusión y debate.  MET 3. Resolución de problemas y estudio de casos prácticos.  MET 4. Seminarios/talleres prácticos para adquirir habilidades.  MET 5. Ejercicios de simulación mediante software.  MET 6. Aprendizaje basado en proyectos.  MET 7. Aprendizaje basado en problemas.  MET 8. Aprendizaje cooperativo en grupos pequeños.</p>
<b>Sistemas de evaluación</b>	<p>Los sistemas de evaluación empleados en este módulo son los siguientes:</p> <p>EVA 1. Prueba individual escrita de contenidos teórico-prácticos (20% a 30%).  EVA 2. Test opción múltiple de respuesta (20% a 40%).  EVA 3. Cuestiones y Ejercicios Teórico-Prácticos relativos a los contenidos de la asignatura (20%)  EVA 4. Asistencia y participación en clase (10% a 20%).  EVA 5. Realización de casos prácticos (20% a 50%).  EVA 6. Valoración final de informes, trabajos, proyectos, memorias, etc. (20% a 30%).  EVA 7. Presentaciones orales (20%).  EVA 8. Exposición y defensa de proyecto de investigación (40%).  EVA 9. Elaboración de materiales relacionados con el contenido del curso (30%).  EVA 10. Reflexión argumentada que refleje los contenidos de la materia (10%).</p> <p>Estos sistemas de evaluación aparecen recogidos específicamente en las fichas de las asignaturas que lo integran, con sus ponderaciones correspondientes, en el enlace disponible al principio del apartado 4.1 relativo al detalle de los módulos y asignaturas (<a href="https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/Jgrzp8dYKyrCZxE">https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/Jgrzp8dYKyrCZxE</a>)</p>
<p><b>Observaciones</b> Conforme al II PLAN INTEGRAL DE ATENCIÓN A LAS NECESIDADES DE APOYO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD O CON NECESIDAD DE APOYO POR SITUACIÓN DE SALUD SOBREVENIDA, de la Universidad de Sevilla, aprobado en el Consejo de Gobierno, del día 23-06-2017, para los/as alumnos/as con discapacidad o afectados/as por una situación de salud sobrevenida, se realizarán las modificaciones que sean pertinentes, tanto en lo relativo a las metodologías de enseñanza y aprendizaje, como en los sistemas de evaluación.</p>	
<hr/>	
<p><b>Módulo / Materia 2: Asignaturas optativas</b></p> <p><b>Número de créditos ECTS</b> 18</p> <p><b>Tipología</b> <i>Optativo</i></p>	

<b>Organización temporal</b>	Cuatrimestre 2 (C2)
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Resultados del proceso de formación y aprendizaje</b>	<p>Código – Descripción (<i>Conocimientos o contenidos (C) / Competencias (COM) /Habilidades o Destrezas (HD)</i>)</p> <p><b>Conocimientos</b></p> <p>C02 Domina la comprensión sistemática de un campo de estudio y de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.</p> <p>C03 Analiza, evalúa y sintetiza con perspectiva crítica y constructiva ideas nuevas y complejas acerca de sus áreas de conocimiento, con la consiguiente toma de decisiones.</p> <p>C06 Comprende los procesos organizativos de la empresa internacional, fomentando la innovación y el espíritu emprendedor.</p> <p>C07 Reconoce y comprende los retos y las oportunidades de la diversidad de culturas y costumbres de otros países, y el respeto a las mismas en una filosofía de compromiso con la ética y la responsabilidad social.</p> <p>C08 Identifica la orientación al mercado como una filosofía estratégica fundamental de la empresa internacional, en contextos de heterogeneidad del mercado.</p> <p><b>Habilidades/Destrezas</b></p> <p>HD01 Aplica los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la gestión estratégica y los negocios internacionales.</p> <p>HD02 Diseña, construye y ejecuta procesos sustanciales de investigación, con rigor académico e integridad, que amplíen las fronteras del conocimiento del área y que transfieran dichos conocimientos a la práctica.</p> <p>HD03 Maneja los fundamentos de la formulación de la estrategia y su aplicación al entorno internacional, analizando los diferentes contextos y estructuras internacionales y su potencial influencia en el comportamiento empresarial y en el desarrollo de ventajas competitivas.</p> <p>HD05 Elabora mecanismos de transferencia de conocimientos en contextos de negocios internacionales, fomentando las habilidades de empatía y comunicación interpersonal.</p> <p>HD06 Maneja conocimientos avanzados sobre la gestión estratégica de la marca como activo intangible de la empresa en el mercado internacional.</p> <p>HD07 Utiliza las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el seguimiento de la evolución del mercado electrónico (e-business) y la propuesta de modelos de negocio en el ámbito internacional.</p> <p><b>Competencias</b></p> <p>COM01 Propone y promueve entornos en los que prevalece el respeto a los derechos fundamentales, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la diversidad y multiculturalidad, el compromiso ético, la accesibilidad universal para las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de paz y democracia.</p> <p>COM02 Integra conocimientos para enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.</p> <p>COM03 Produce y comunica sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.</p> <p>COM04 Lidera y desarrolla habilidades que le permita continuar su aprendizaje en el ámbito profesional y de investigación de modo autodirigido o autónomo.</p> <p>COM05 Genera y fomenta el trabajo en equipo y la creatividad.</p> <p>COM06 Integra la innovación y el espíritu emprendedor en la toma de decisiones, desde la prioridad a la sostenibilidad y la sensibilidad al cambio climático.</p> <p>COM07 Produce y desarrolla habilidades de empatía y comunicación interpersonal: asertividad, control del lenguaje corporal, comunicación escrita, verbal y no verbal.</p> <p>COM09 Analiza información e integra conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos, para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados internacionales.</p> <p>COM12 Lidera la transformación y los procesos de internacionalización de la empresa familiar, en una organización de base global y en contextos de digitalización.</p> <p>COM13 Proyecta y supervisa la expansión internacional de la empresa mediante la creación de redes internacionales.</p> <p>COM14 Participar en la planificación y diseño de los sistemas de contratación y comercio exterior de la empresa.</p>
<b>Asignaturas</b>	<p>Comportamiento emprendedor e innovación en sectores globales (C2, 3 créditos, español).</p> <p>Contratación y Comercio Exterior (C2, 3 créditos, español).</p> <p>Diseño Organizativo en Empresas Internacionales (C2, 3 créditos, español).</p>

E-business (C2, 3 créditos, español).  
 El comportamiento del consumidor: análisis de la heterogeneidad del mercado (C2, 3 créditos, español).  
 Ética y responsabilidad social en los negocios internacionales (C2, 3 créditos, español).  
 Gestión de la diversidad cultural de las empresas internacionales (C2, 3 créditos, español).  
 Gestión de marcas internacionales (C2, 3 créditos, español).  
 Internacionalización de la empresa familiar (C2, 3 créditos, español).  
 Metodología de la investigación (C2, 3 créditos, español).  
 Orientación al mercado e internacionalización (C2, 3 créditos, español).  
 Redes internacionales (C2, 3 créditos, español).  
 Transferencia de conocimiento en negocios internacionales (C2, 3 créditos, español).

#### Lenguas

#### Contenidos propios del módulo/materia/asignatura

#### Español

Las asignaturas que integran este segundo módulo realizan a los/as estudiantes de este Máster diversas propuestas para profundizar en diversos aspectos de la gestión internacional de las empresas: las particularidades del diseño organizativo, la creación de redes internacionales, el conocimiento de los elementos y herramientas que potencian la internacionalización a través de la innovación, el emprendimiento y la transferencia del conocimiento, la internacionalización de las empresas familiares, el e-business y los negocios electrónicos, la gestión de marcas internacionales, la contratación y el comercio exterior y la generación en las empresas de una orientación al mercado internacional basada en la consideración de la heterogeneidad de dicho mercado, el respeto a la diversidad cultural y la promoción de la ética, la sostenibilidad y la responsabilidad social de los negocios internacionales. Igualmente, se ofrece la posibilidad de profundizar en las metodologías de investigación que dan base a los estudios de doctorado.

#### Actividades formativas/Metodologías docentes

Las actividades formativas presenciales (100%) que se desarrollan en las asignaturas que integran este primer módulo son las siguientes: clases teóricas (AF1, 25% de las horas), prácticas en aula (AF2, 25% de las horas), seminarios (AF3, 10% de las horas), prácticas con software informático (AF4, 10% de las horas), trabajos dirigidos académicamente (AF5, 10% de las horas), tutorías personalizadas (AF6, 10% de las horas), actividades de evaluación (AF7, 10% de las horas).

Asimismo, se promueve el trabajo personal autónomo de los/as estudiantes (AF8), con 0% de presencialidad.

Las distintas metodologías de enseñanza y aprendizaje que se utilizan por parte de las asignaturas que integran este módulo son las siguientes:

- MET 1. Lección magistral/expositiva.
- MET 2. Sesiones de discusión y debate.
- MET 3. Resolución de problemas y estudio de casos prácticos.
- MET 4. Seminarios/talleres prácticos para adquirir habilidades.
- MET 5. Ejercicios de simulación mediante software.
- MET 6. Aprendizaje basado en proyectos.
- MET 7. Aprendizaje basado en problemas.
- MET 8. Aprendizaje cooperativo en grupos pequeños.

#### Sistemas de evaluación

Los sistemas de evaluación empleados en este módulo son los siguientes:

- EVA 1. Prueba individual escrita de contenidos teórico-prácticos (10% a 30%).
- EVA 2. Test opción múltiple de respuesta (10% a 40%).
- EVA 3. Cuestiones y Ejercicios Teórico-Prácticos relativos a los contenidos de la asignatura (30% a 40%).
- EVA 4. Asistencia y participación en clase (10% a 20%).
- EVA 5. Realización de casos prácticos (10% a 50%).
- EVA 6. Valoración final de informes, trabajos, proyectos, memorias, etc. (10% a 30%).
- EVA 7. Presentaciones orales (10% a 30%).
- EVA 8. Exposición y defensa de proyecto de investigación (10% a 20%).
- EVA 9. Elaboración de materiales relacionados con el contenido del curso (10% a 20%).
- EVA 10. Reflexión argumentada que refleje los contenidos de la materia (10% a 20%).

Estos sistemas de evaluación aparecen recogidos específicamente en las fichas de las asignaturas que lo integran, con sus ponderaciones correspondientes, en el enlace disponible al principio del apartado 4.1 relativo al detalle de los módulos y asignaturas. (<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/Jgrzp8dYKyrCZxE>)

**Observaciones** Conforme al II PLAN INTEGRAL DE ATENCIÓN A LAS NECESIDADES DE APOYO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD O CON NECESIDAD DE APOYO POR SITUACIÓN DE SALUD SOBREVENIDA, de la Universidad de Sevilla, aprobado en el Consejo de Gobierno, del día 23-06-2017, para los/as alumnos/as con discapacidad o afectados/as por una situación de salud sobrevenida, se realizarán las modificaciones que sean pertinentes, tanto en lo relativo a las metodologías de enseñanza y aprendizaje, como en los sistemas de evaluación.

**Módulo / Materia 3: Trabajo Fin de Máster (TFM)**
**Número de créditos ECTS** 10

**Tipología** *Obligatorio*
**Organización temporal** *Cuatrimestre 2 (C2)*
**Modalidad** *Presencial*
**Resultados del proceso de formación y aprendizaje** Código – Descripción (*Conocimientos o contenidos (C) / Competencias (COM) /Habilidades o Destrezas (HD)*)

**Conocimientos:**

C01 Comprende los conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en un contexto de planificación y expansión estratégica y desarrollo de marketing internacional.

C02 Domina la comprensión sistemática de un campo de estudio y de las habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.

C03 Analiza, evalúa y sintetiza con perspectiva crítica y constructiva ideas nuevas y complejas acerca de sus áreas de conocimiento, con la consiguiente toma de decisiones.

**Habilidades/Destrezas:**

HD01 Aplica los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con la gestión estratégica y los negocios internacionales.

HD02 Diseña, construye y ejecuta procesos sustanciales de investigación, con rigor académico e integridad, que amplíen las fronteras del conocimiento del área y que transfieran dichos conocimientos a la práctica.

HD03 Maneja los fundamentos de la formulación de la estrategia y su aplicación al entorno internacional, analizando los diferentes contextos y estructuras internacionales y su potencial influencia en el comportamiento empresarial y en el desarrollo de ventajas competitivas.

**Competencias:**

COM01 Propone y promueve entornos en los que prevalece el respeto a los derechos fundamentales, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la diversidad y multiculturalidad, el compromiso ético, la accesibilidad universal para las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de paz y democracia.

COM02 Integra conocimientos para enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

COM03 Produce y comunica sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

COM04 Lidera y desarrolla habilidades que le permita continuar su aprendizaje en el ámbito profesional y de investigación de modo autodirigido o autónomo.

COM05 Genera y fomenta el trabajo en equipo y la creatividad.

COM06 Integra la innovación y el espíritu emprendedor en la toma de decisiones, desde la prioridad a la sostenibilidad y la sensibilidad al cambio climático.

COM07 Produce y desarrolla habilidades de empatía y comunicación interpersonal: asertividad, control del lenguaje corporal, comunicación escrita, verbal y no verbal.

COM09 Analiza información e integra conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos, para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados internacionales.

**Asignaturas** Trabajo Fin de Máster (C2, 10 créditos, español).

**Lenguas** *Español*

**Contenidos propios del módulo/materia/asignatura** El Trabajo Fin de Máster consiste en la realización de un estudio concreto relativo a algún aspecto de relevancia y actualidad vinculado directamente con la Gestión Estratégica y Negocios Internacionales en las organizaciones. Para ello, el/la estudiante debe basarse en todos los conocimientos, competencias y habilidades adquiridos y asimilados a lo largo de este título. Bajo la tutela de un/a tutor/a, el/la estudiante deberá realizar y defender en acto público un estudio concreto, con expresa observación y respeto a los principios éticos de la investigación. Su desarrollo está previsto en la fase final del plan de estudios.

El trabajo de investigación realizado debe responder a la siguiente estructura:

Portada, incluyendo: datos personales del alumno o alumna, correo electrónico a efectos de notificación, así como su firma. Nombre y apellidos del profesor o profesora tutor/a, convocatoria en la que presenta el trabajo y curso académico.

- Resumen ejecutivo. Este apartado constituye una síntesis del TFM, en el que deben recogerse los principales aspectos del proyecto realizado.
- Índice paginado de todos los epígrafes y subepígrafes del trabajo.
- Introducción, en la que debe ponerse de manifiesto la razón de ser del trabajo (justificación de motivos), así como la relevancia del mismo. En este apartado se

presenta el tema de estudio, se esgrimen las razones por las que se considera un asunto de interés y se sitúa al lector/a, abordando los antecedentes y principales lagunas o gaps encontrados en el análisis previo.

- Objetivos del trabajo, tanto los relativos a las metas a alcanzar con el propio TFM, como aquellos derivados del proyecto planteado.
- Fundamentos teóricos del proyecto elaborado, cuya lectura permita conocer el estado de la cuestión con respecto a los conceptos abordados en el TFM.
- Metodología empleada, con su pertinente justificación.
- Resultados alcanzados, en el caso de llevar a cabo un estudio empírico.
- Conclusiones del trabajo, en las que se detallen claramente las implicaciones y la utilidad del estudio realizado.
- Valoración personal del alumno o alumna, en la que realice un juicio crítico sobre los resultados obtenidos.
- Bibliografía y fuentes empleadas. El/la alumno/a deberá demostrar un manejo suficiente de fuentes bibliográficas, tanto académicas como, en su caso, de otra índole. Se recomienda encarecidamente la utilización de las bases de datos disponibles en la Biblioteca de la Universidad de Sevilla. Con relación a las citas y la gestión de referencias bibliográficas, todos los TFM deben acogerse a las normas de estilo elaboradas por la American Psychological Association (APA).

El tutor o tutora orientará, en su caso, sobre la profundidad requerida de cada uno de los apartados anteriores, en función del tipo de proyecto abordado.

Como norma general, la extensión total del trabajo será aproximadamente de 80 páginas, en tamaño A4, incluyendo bibliografía y fuentes empleadas, aunque será el/la profesor/a tutor/a quien finalmente determine dicha extensión óptima, según el tipo de trabajo desarrollado. Cualquier otro documento que se añada, siempre a modo de anexo, deberá tener carácter ilustrativo y/o complementario (sin información relevante para el TFM).

#### **Actividades formativas/Metodologías docentes**

Las actividades formativas presenciales que se desarrollan en la asignatura que integra este tercer módulo son las siguientes: las clases teóricas (AF1) representan el 5% de las horas; las tutorías personalizadas (AF6) representan el 10% de las horas; el trabajo autónomo del estudiante (AF8) representa el 85% de las horas.

Las distintas metodologías de enseñanza y aprendizaje que se utilizan por parte de la asignatura que integra este módulo son las siguientes:

- MET 1. Lección magistral/expositiva.
- MET 2. Sesiones de discusión y debate.
- MET 4. Seminarios/talleres prácticos para adquirir habilidades.
- MET 5. Ejercicios de simulación mediante software.
- MET 6. Aprendizaje basado en proyectos.

- ACT 3. Realización de trabajos individuales.
- ACT 4. Análisis bibliográfico de fuentes y documentos y fichas de lectura.
- ACT 5. Defensa/exposición oral de trabajos realizados en equipo.
- ACT 6. Trabajo autónomo de los/as estudiantes, presencial y no presencial.
- ACT 7. Actividades guiadas en talleres de aprendizaje con herramientas informáticas y software estadístico.

#### **Sistemas de evaluación**

Elaboración, presentación y defensa del TFM: 100% - 100%

Dentro de este porcentaje total, se atenderá a lo establecido en la normativa de la Universidad de Sevilla relativa a los trabajos fin de estudios. En la actualidad, para el caso concreto de los Trabajos Fin de Máster, la normativa de la US (artículo 11) establece la siguiente distribución:

- Elaboración y contenido (evaluación de tutor/a): 30%
- Contenido, presentación y defensa pública (comisión evaluadora): 70%

EVA 6. Valoración final de informes, trabajos, proyectos, memorias, etc. (85%).

EVA 8. Exposición y defensa de proyecto de investigación (15%).

Estos sistemas de evaluación aparecen recogidos específicamente en las fichas de las asignaturas que lo integran, con sus ponderaciones correspondientes, en el enlace disponible al principio del apartado 4.1 relativo al detalle de los módulos y asignaturas. (<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/Jgrzp8dYKyrCZxE>)

**Observaciones** Conforme al II PLAN INTEGRAL DE ATENCIÓN A LAS NECESIDADES DE APOYO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD O CON NECESIDAD DE APOYO POR SITUACIÓN DE SALUD SOBREVENIDA, de la Universidad de Sevilla, aprobado en el Consejo de Gobierno, del día 23-06-2017, para los/as alumnos/as con discapacidad o afectados/as por una situación de salud sobrevenida, se realizarán las modificaciones que sean pertinentes, tanto en lo relativo a las metodologías de enseñanza y aprendizaje, como en los sistemas de evaluación.

Todas las normativas y procedimientos vinculados al desarrollo, depósito, defensa y evaluación de los trabajos fin de máster se encuentran disponibles a través de las webs de la Universidad de Sevilla, de la Facultad de Ciencias Económicas y

#### 4.2.- Actividades y metodologías docentes

El profesorado del Máster desarrollará y utilizará aquellas actividades y metodologías que estime adecuadas a los resultados de aprendizaje previstos (contenidos o contenidos, habilidades o destrezas y competencias). Dichas actividades y metodologías serán detalladas en la programación docente con antelación al inicio de la docencia.

Las asignaturas de cada módulo, adecuadamente coordinadas, se desarrollarán adaptando las actividades y metodologías en función del número y de la tipología de estudiantes de cada curso académico, así como del contexto en el que se desarrollen los procesos de aprendizaje. Básicamente, se trabajará el contenido teórico de los temas a través de clases presenciales, siguiendo libros de texto de referencia y/o documentación previamente facilitada al estudiantado, que servirán para fijar los conocimientos y contenidos ligados a las competencias previstas. A su vez, las clases prácticas de resolución de problemas y/o estudio de casos prácticos permitirán la aplicación de los conocimientos expuestos en las clases teóricas, utilizando cuando sea conveniente medios informáticos (en las aulas de informática preparadas para ello), de modo que los/as estudiantes alcancen los resultados de aprendizaje previstos.

A partir de esas clases teóricas y prácticas, el profesorado podrá proponer a los/as estudiantes la realización de trabajos (individuales y/o en grupo), para cuya realización tendrán el apoyo necesario en seminarios y tutorías, de forma que los/as estudiantes puedan compartir con sus compañeros/as y con el profesorado las dudas que encuentren, obtener solución a las mismas y comenzar a alcanzar por sí mismos/as las competencias del módulo.

Por otra parte, el estudiantado desarrollará un trabajo personal de estudio y asimilación de la teoría, resolución de casos propuestos y preparación de los trabajos encomendados, para alcanzar los resultados previstos.

El documento disponible en el enlace añadido al inicio del apartado 4.1 relativo a los módulos y las asignaturas recoge de manera detallada las actividades y metodologías docentes de cada una de las asignaturas que conforman este título, cuyo listado completo se presenta seguidamente:

Código	Actividad	Presencialidad
AF1	Clases teóricas	100%
AF2	Clases prácticas en aula	100%
AF3	Clases en seminarios	100%
AF4	Prácticas con software informático	100%
AF5	Trabajos dirigidos académicamente	100%
AF6	Tutorías personalizadas	100%
AF7	Actividades de evaluación	100%
AF8	Trabajo autónomo del estudiante	0%



### **Metodologías docentes**

- MET 1. Lección magistral/expositiva.
- MET 2. Sesiones de discusión y debate.
- MET 3. Resolución de problemas y estudio de casos prácticos.
- MET 4. Seminarios/talleres prácticos para adquirir habilidades.
- MET 5. Ejercicios de simulación mediante software.
- MET 6. Aprendizaje basado en proyectos.
- MET 7. Aprendizaje basado en problemas.
- MET 8. Aprendizaje cooperativo en grupos pequeños.

### **4.3.- Sistemas de evaluación**

El profesorado del Máster utilizará aquellos sistemas de evaluación que estime adecuados para comprobar la adquisición por parte del estudiantado de los resultados de aprendizaje previstos (contenidos o contenidos, habilidades o destrezas y competencias). Dichos sistemas de evaluación serán detallados en la programación docente con antelación al inicio de la docencia.

Del volumen de trabajo total del alumnado en cada asignatura del título, una parte significativa corresponde al trabajo individual o en grupo que cada alumno/a ha de realizar sin la presencia de sus profesores/as. En estas horas de trabajo se incluyen la preparación de las clases, el estudio, la ampliación y síntesis de información recibida, la resolución de casos propuestos, la elaboración y redacción de trabajos y proyectos, el diseño y ensayo de exposiciones y la preparación de pruebas de evaluación.

El rendimiento de cada estudiante en la materia cursada depende, en gran medida, de la combinación de dos factores: el esfuerzo realizado y las propias capacidades. De este modo, el proceso de aprendizaje puede contribuir de forma decisiva a estimularle para involucrarse en su propia formación. En este sentido, se puede contemplar un criterio general de evaluación para todas las asignaturas, que cuente con dos instrumentos: la evaluación continua y el examen y/o prueba final. La evaluación debe servir para verificar que el/la estudiante ha asimilado los conocimientos básicos, y que ha adquirido las habilidades y competencias generales del título. Por ello, es recomendable que se utilicen sistemas de evaluación diversos y coherentes.

Teniendo en cuenta lo anterior, y pretendiendo que el plan de estudios resulte dinámico y ágil ante la constante necesidad de adaptación al entorno y condicionantes internos y externos, cada asignatura diseñará los detalles específicos de su sistema de evaluación para su inclusión, tanto en el plan de estudios, como en las guías académicas y en los programas de las asignaturas.

Finalmente, las asignaturas de cada módulo, adecuadamente coordinadas, se desarrollarán adaptando los sistemas de evaluación en función del número y de la tipología de estudiantes de cada curso académico, así como del contexto en el que se desarrollen los procesos de aprendizaje y evaluación. Los métodos de evaluación tendrán en consideración la diversidad del estudiantado, quienes tienen la obligación de actuar durante las pruebas de evaluación de acuerdo con los principios de mérito individual y autenticidad, garantía de autoría y originalidad de sus trabajos, e integridad académica y corresponsabilidad universitaria.



El documento disponible en el enlace añadido al inicio del apartado 4.1 relativo a los módulos y las asignaturas recoge de manera detallada los sistemas de evaluación de cada una de las asignaturas que conforman este título, cuyo listado completo se presenta seguidamente:

- EVA 1. Prueba individual escrita de contenidos teórico-prácticos.
- EVA 2. Test opción múltiple de respuesta.
- EVA 3. Cuestiones y Ejercicios Teórico-Prácticos relativos a los contenidos de la asignatura.
- EVA 4. Asistencia y participación en clase.
- EVA 5. Realización de casos prácticos.
- EVA 6. Valoración final de informes, trabajos, proyectos, memorias, etc.
- EVA 7. Presentaciones orales.
- EVA 8. Exposición y defensa de proyecto de investigación.
- EVA 9. Elaboración de materiales relacionados con el contenido del curso.
- EVA 10. Reflexión argumentada que refleje los contenidos de la materia.

#### **4.4.- Estructuras curriculares específicas**

NO PROCEDE.

### **5. Personal académico y de apoyo a la docencia (ESG 1.5)**

#### **5.1.- Descripción de los perfiles de profesorado y otros recursos humanos**

Para la elaboración de los datos del profesorado disponible e implicado en la docencia del título para su inclusión en esta adaptación de la memoria de verificación del título (2024), dado que no se trata de un título nuevo, sino que viene impartándose desde el curso 2010/11, se han tenido en cuenta los Planes de Organización Docente del curso 2022/23 (el 2023/24 aún está en curso).

El informe está compuesto de 5 tablas, con el siguiente contenido y numeración: la tabla 1 muestra el total del profesorado disponible para la impartición del título. La tabla 2.1 muestra el profesorado por departamento/área disponible para impartir la docencia del título. La tabla 2.2 muestra la vinculación de las asignaturas con los departamentos/áreas responsables de la docencia (sólo departamento responsable, aunque puedan participar más departamentos/áreas). La tabla 3 muestra el profesorado detallado (anonimizado) que imparte docencia en el título y la tabla 4 muestra el mismo profesorado con su carga docente en el título al que corresponde la memoria de verificación y la carga docente que tiene en otros títulos de Grado y Máster.

El informe completo se puede consultar en la dirección:

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/mjsTwWXba5Bosdl>

El profesorado que participa en el Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales está compuesto actualmente por 29 investigadores/as de reconocido prestigio, adscritos/as al Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla, así como a sus dos áreas de conocimiento: Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados. Dicho profesorado resulta adecuado y suficiente para la consecución de los resultados de aprendizaje por parte del alumnado previstos en la propuesta del título, pues cuenta con una amplia



experiencia docente, participa en numerosos y relevantes proyectos y grupos de investigación financiados (de ámbito internacional, nacional y regional, tal y como se detalla en las páginas 4 a 8 de la presente memoria de verificación), y ha publicado y sigue publicando, de forma regular y destacada, relevantes artículos de investigación en revistas científicas internacionales de alto impacto. Además, una parte considerable del profesorado cuenta con experiencia en el ejercicio profesional. El 100% del profesorado del máster son doctores/as, y su vinculación con la Universidad de Sevilla es de tiempo completo en todos los casos. Asimismo, el 100% del profesorado cuenta con más de 15 años de experiencia docente e investigadora (tanto en grados como en programas de doctorado). También cabe destacar que la plantilla de profesorado del Máster goza de una considerable estabilidad, de manera que gran parte del mismo participa en el título desde los inicios de su impartición, existiendo las renovaciones necesarias para cubrir las jubilaciones y bajas puntuales que se han producido durante sus años de vigencia.

El Máster cuenta con una estructura académica conformada por su Director/a – Coordinador/a y por la Comisión Académica del título, para velar por su buen funcionamiento.

Para la delimitación del personal académico se han respetado los principios y legislaciones de igualdad de entre hombre y mujeres y de no discriminación de personas con discapacidad. Se ha considerado la importancia de la colaboración entre áreas específicas de conocimiento. Además, se ha elaborado un perfil con criterios definidos, con el objetivo de procurar que la calidad de la enseñanza que se pretende transmitir al alumnado sea óptima.

La normativa de contratación de la Universidad de Sevilla es acorde con los principios reflejados en el [artículo 65 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario](#), así como en el artículo 43 del Decreto Legislativo 1/2013, de 8 de enero, por el que se aprueba el Texto Refundido de la [Ley Andaluza de Universidades](#), en los aspectos relativos a la promoción de la equidad entre el personal docente e investigador, y más concretamente, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres, así como la igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal a las personas con discapacidad. Igualmente, se siguen con absoluto detalle las indicaciones sobre igualdad realizadas por la [Unidad para la Igualdad del Vicerrectorado de Servicios Sociales, Campus Saludable, Igualdad y Cooperación de la Universidad de Sevilla](#), así como por el [Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria](#) en materia de discapacidad.

Finalmente, tal y como se detalló en el apartado 4.1 de esta Memoria de Verificación, en el documento del enlace en el que se explica brevemente el Plan de Estudios del título, los estudios cursados en este Máster propician e incentivan a los/as estudiantes para desarrollar posteriormente [Estudios de Doctorado en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, contando con diversas líneas de investigación](#) que recogen las últimas tendencias en el campo de la dirección de empresas internacionales, en las que el departamento proponente de este título cuenta con una dilatada experiencia a través del Programa de Doctorado en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales de la Universidad de Sevilla ([Gestión Estratégica y Negocios Internacionales - EIDUS](#)). De este modo, el profesorado de este título de Máster se encuentra vinculado a las siguientes líneas de investigación:



## 1. Estrategia internacional

- Dirección estratégica internacional.
- Factores determinantes de la internacionalización.
- Estrategia de entrada en mercados internacionales.
- Repercusiones de la internacionalización.

Profesorado del Máster adscrito a esta línea de investigación:

- [Acedo González, Francisco José](#)
- [Barroso Castro, María Del Carmen](#)
- [Casillas Bueno, José Carlos](#)
- [Castro Abancens, Ignacio](#)
- [Galán González, Jose Luis](#)
- [Martelo Landroguéz, Silvia](#)
- [Moreno Menéndez, Ana M.](#)
- [Picón Berjoyo, Araceli](#)
- [Ramos Hidalgo, María Encarnación](#)
- [Rodríguez Serrano, María De Los Ángeles](#)
- [Ruiz Moreno, Carolina](#)

## 2. Estrategias de marketing, gestión del valor (customer equity) y comportamiento del consumidor en mercados globales

- Orientación al mercado y creación de valor.
- Customer Equity (valor actualizado cartera clientes).
- Imagen de marca y valor percibido por el cliente.
- Capacidades dinámicas y creación de valor.
- Comportamiento del consumidor en mercados internacionales.
- Globalización, e-business y comportamiento del consumidor.
- Heterogeneidad del mercado.
- Nuevos canales de distribución.
- Comercio Exterior.

Profesorado del Máster adscrito a esta línea de investigación:

- [Martín Ruiz, David](#)
- [Navarro García, Antonio](#)
- [Ortega Gutiérrez, Jaime](#)
- [Revilla Camacho, María Ángeles](#)
- [Rondán Cataluña, Francisco Javier](#)
- [Rosa Díaz, Isabel María](#)
- [Villarejo Ramos, Ángel Francisco](#)

## 3. Sistemas de información y gestión del conocimiento

- Sistemas y tecnologías de información (SI, TI).
- Topologías y mecanismos avanzados de sistemas de información: DSS, EIS, Data Warehouse, Data Mining, etc.
- Metodologías actuales en el tratamiento y gestión de información y conocimiento.
- Los sistemas de gestión del conocimiento (KMS) en las organizaciones.



- Cambio institucional, comportamiento organizacional y resultados empresariales.
- Cambios en los mercados de trabajo y su repercusión en la gestión de RR. HH.
- Estrategia de cambio organizacional y sistemas de gestión de calidad total (TQM).

Profesorado del Máster adscrito a esta línea de investigación:

- [Calvo De Mora Schmidt, Arturo](#)
- [Cepeda Carrión, Gabriel Alfonso](#)
- [García Del Junco, Julio](#)
- [Leal Millán, Antonio Genaro](#)
- [Martínez Torres, María Del Rocío](#)
- [Roldan Salgueiro, Jose Luis](#)
- [Velicia Martín, Félix Antonio](#)

Seguidamente se presenta la relación de personas que integra el profesorado del Máster, organizado por su categoría académica (se ha enlazado su nombre a su link en la web de la US). Cabe recordar que todo el profesorado pertenece al Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla.

#### **Catedráticos/as de Universidad**

- [Acedo González, Francisco José](#)
- [Barroso Castro, María Del Carmen](#)
- [Casillas Bueno, José Carlos](#)
- [Castro Abancens, Ignacio](#)
- [Cepeda Carrión, Gabriel Alfonso](#)
- [Galán González, José Luis](#)
- [García Del Junco, Julio](#)
- [Leal Millán, Antonio Genaro](#)
- [Martínez Torres, María Del Rocío](#)
- [Moreno Menéndez, Ana María](#)
- [Navarro García, Antonio](#)
- [Ramos Hidalgo, María Encarnación](#)
- [Roldán Salgueiro, José Luis](#)
- [Rondán Cataluña, Francisco Javier](#)
- [Villarejo Ramos, Ángel Francisco](#)

#### **Titulares de Universidad**

- [Calvo De Mora Schmidt, Arturo](#)
- [Caro González, Francisco Javier](#)
- [Martelo Landroguez, Silvia](#)
- [Martín Ruiz, David](#)
- [Ortega Gutiérrez, Jaime](#)
- [Peral Peral, Begoña](#)
- [Revilla Camacho, María Ángeles](#)
- [Rodríguez Serrano, María De Los Ángeles](#)
- [Rosa Díaz, Isabel María](#)
- [Sánchez-Apellániz García, Mercedes](#)



- [Vega Vázquez, Manuela](#)
- [Velicia Martín, Félix Antonio](#)

#### **Contratadas doctoras**

- [Picón Berjoyo, Araceli](#)
- [Ruiz Moreno, Carolina](#)

#### **Méritos docentes del profesorado no acreditado**

No procede

#### **Méritos de investigación del profesorado no doctor**

No procede

#### **Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación**

No procede

#### **Perfil del profesorado de empresa que participa en la mención dual**

No procede

#### **Tutela de prácticas**

No procede

#### **5.2.- Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios**

La gestión de los Recursos Humanos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales garantiza la prestación de los servicios inherentes al Centro, así como la consecución de los resultados de aprendizaje previstos en este Máster, y se lleva a cabo, fundamentalmente, en las siguientes áreas funcionales: Secretaría, Conserjería, Apoyo a la docencia TICS y Apoyo a la docencia Medios Audiovisuales. Seguidamente se relacionan las personas que desempeñan dichas actividades:

NOMBRE	UNIDAD	OBSERVACIONES	Laboral/funcionario	Género	Antigüedad
MORGADO RUIZ, ANGELES	ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRADORA DE CENTRO	FUNCIONARIA	M	33 años 4 meses
LUQUE ALFONSO, GREGORIA	SECRETARÍA	RESPONSABLE ADMINISTRACIÓN DE CENTRO	FUNCIONARIA	M	32 años 3 meses
JIMENEZ MARTINEZ, JOSE MANUEL	SECRETARÍA	Jefe Unidad Gestión Económica y Calidad	FUNCIONARIO	H	34 años 6 meses
NOGUERO HERNÁNDEZ, CARLOS	SECRETARÍA	Jefe Unidad Órganos Gobierno	FUNCIONARIO	H	29 años 6 meses



ARAUZ VAZQUEZ, SONIA	SECRETARÍA	AUXILIAR INTERINO LARGA DURACIÓN	FUNCIONARIA INTERINA	M	
BAUTISTA PANDO, ANTONIA	SECRETARÍA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	FUNCIONARIA	M	10 años 7 meses
COTO RODRÍGUEZ, ROSA MARÍA	SECRETARÍA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	FUNCIONARIA	M	6 años 3 meses
GRAGERA RECIO, CAROLINA	SECRETARÍA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO INTERINO	FUNCIONARIA INTERINA	M	
LÓPEZ MORENO, VIRGINIA	SECRETARÍA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	FUNCIONARIA	M	12 años 3 meses
MARQUEZ ESMORIS, MIGUEL	SECRETARÍA	GESTOR CENTRO	FUNCIONARIO	H	28 años
MARTINEZ TRAVADO, ANTONIA MARÍA	SECRETARÍA	GESTOR CENTRO	FUNCIONARIA	M	24 años
MATEOS BENABÁ, RAQUEL	SECRETARÍA	AUXILIAR INTERINO LARGA DURACIÓN	FUNCIONARIA INTERINA	M	
OSUNA PALMA, IRENE DE LOS ÁNGELES	SECRETARÍA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	FUNCIONARIA	M	8 años 8 meses
PAÑERO DE LUIS, MIGUEL ÁNGEL	SECRETARÍA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	FUNCIONARIO	H	9 años 8 meses
PORTILLO SILES, FRANCISCO JAVIER	SECRETARÍA	GESTOR CENTRO	FUNCIONARIO	H	27 años 6 meses
ROBLES CARRASCO, ELISA	SECRETARÍA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO INTERINO	FUNCIONARIA INTERINA	M	
SÁNCHEZ SÁNCHEZ, ELISA CRISTINA	SECRETARÍA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO INTERINO	FUNCIONARIA INTERINA	M	
DOBARGANES CUEVAS, EULALIA	CONSERJERÍA	TECNICO AUXILIAR DE SERVICIOS DE CONSERJERIA	LABORAL	M	34 años 3 meses
ESTEPA SANCHEZ, ANGEL	CONSERJERÍA	ENCARGADO EQUIPO DE CONSERJERIA	LABORAL	H	35 años 4 meses
GIL GATA, FRANCISCA	CONSERJERÍA	TECNICO ESPECIALISTA DE INFORMACION/CONSERJERIA	LABORAL	M	28 años 6 meses
MATEOS MATEOS, MARÍA DEL PILAR	CONSERJERÍA	TECNICO AUXILIAR DE SERVICIOS DE CONSERJERIA	LABORAL INTERINA	M	
MAYA GATA, MARIA ANGELA	CONSERJERÍA	TECNICO AUXILIAR DE SERVICIOS DE CONSERJERIA	LABORAL INTERINA	M	
PEREZ BARBA, MANUEL JESUS	CONSERJERÍA	TECNICO AUXILIAR DE SERVICIOS DE CONSERJERIA	LABORAL INTERINO	H	
PEREZ RODRIGUEZ, ANA	CONSERJERÍA	TECNICO AUXILIAR DE SERVICIOS DE CONSERJERIA	LABORAL	M	36 años 2 meses
VARELA RAMIREZ, MARÍA ISABEL	CONSERJERÍA	TECNICO ESPECIALISTA DE INFORMACION/CONSERJERIA	LABORAL	M	32 años
CALDERÓN AMADOR, JUAN JOSÉ	Apoyo docencia Medios audiovisuales	TITULADO GRADO MEDIO DE MEDIOS AUDIOVISUALES	LABORAL	H	35 años



LUQUE INFANTES, RAÚL	Apoyo docencia Medios audiovisuales	TECNICO AUXILIAR DE MEDIOS AUDIOVISUALES	LABORAL	H	9 años 5 meses
ESPADA CARO, JUAN MANUEL	Apoyo docencia Tics	TECNICO ESPECIALISTA DE LABORATORIO INFORMATICA	LABORAL	H	32 años
HERNANDEZ VELAZQUEZ, MANUEL	Apoyo docencia Tics	ENCARGADO DE EQUIPO APOYO TIC A LA DOCENCIA	LABORAL	H	21 años 10 meses
LOBATO RODRIGUEZ, ANTONIO M.	Apoyo docencia Tics	COORDINADOR DE SERVIOS CONSERJERÍA	LABORAL	H	30 años 2 meses
LOPEZ GALLARDO, CARMELO	Apoyo docencia Tics	TECNICO ESPECIALISTA DE LABORATORIO INFORMATICA	LABORAL	H	29 años 4 meses

Asimismo, se cuenta con la ayuda de la Secretaría del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad de Sevilla.

## **6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructuras, prácticas y servicios (ESG 1.6)**

### **6.1.- Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles**

Los medios materiales y servicios clave disponibles (espacios, instalaciones, equipamiento científico, técnico, biblioteca y salas de lectura, nuevas tecnologías, etc.) son adecuados para garantizar el desarrollo de las actividades formativas planificadas, así como los resultados de aprendizaje previstos, observando los criterios de accesibilidad universal y diseño para todos/as.

La Universidad de Sevilla cuenta con un Servicio de Mantenimiento centralizado, dependiente de la Dirección General de Espacio Universitario, cuyo objetivo prioritario y estratégico es asegurar la conservación y el óptimo funcionamiento de todos los centros de la Universidad de Sevilla contribuyendo a que desarrollen plenamente su actividad y logren sus objetivos mediante la prestación de un servicio excelente adaptándose a las nuevas necesidades. Entre sus funciones figuran:

- Aseguramiento y control del correcto funcionamiento de las instalaciones que representan la infraestructura básica de los Centros y Departamentos.
- Acometer programas de mantenimiento preventivo.
- Realizar el mantenimiento correctivo de cualquier tipo de defecto o avería que se presente en la edificación y sus instalaciones.
- Promover ante los órganos correspondientes las necesidades en cuanto a obras de ampliación o reforma de instalaciones que sean necesarias.



Son responsabilidad de la Dirección General de Espacio Universitario (<http://institucional.us.es/viceinfra>) todas las actuaciones relativas a las infraestructuras universitarias: política y ejecución de obras, equipamiento, mantenimiento, así como la política de sostenibilidad y eficiencia energética de la Universidad. Para ello cuenta con los Servicios de Equipamiento, Mantenimiento y Obras y Proyectos y con el Gabinete de Proyectos y Arquitecto/a de la Universidad de Sevilla. Con todos estos recursos a su disposición, el objetivo prioritario y estratégico de la Dirección General de Espacio Universitario es asegurar la conservación y el óptimo funcionamiento de todos los centros de la Universidad de Sevilla contribuyendo a que desarrollen plenamente su actividad y logren sus objetivos mediante la prestación de un servicio excelente adaptándose a las nuevas necesidades.

La Universidad de Sevilla cuenta con una política activa para facilitar la accesibilidad a los edificios e instalaciones universitarias, así como a los recursos electrónicos de carácter institucional, siguiendo las líneas marcadas en el RD legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. y en el RD 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

A su vez, el campus virtual de la Universidad de Sevilla dispone herramientas para el apoyo a la docencia a través de Internet mediante la Enseñanza Virtual (<https://ev.us.es/>) la cual está gestionada por el Servicio de Informática y Comunicaciones (<https://sic.us.es/>) este servicio ofrece apoyo pedagógico y formación al profesorado. También contamos con el Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías (<http://www.sav.us.es/>) y con el Secretariado de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (<http://www.sav.us.es/>).

La **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales** (CEYE <https://fceye.us.es>) de la Universidad de Sevilla (Av. Ramón y Cajal, s/n, 41018-Sevilla) dispone de **32 aulas de docencia** con capacidad para 4.136 alumnos. Todas estas aulas disponen de: ordenador fijo, conexión para portátil, conexión a internet tanto por WIFI como por cable, cañón de video y pantalla de proyección automatizada, sistema de reproducción de audio y climatización (frío/calor). Algunas de estas aulas están especialmente equipadas con tomas eléctricas para la conexión de portátiles y recarga de dispositivos móviles: aula 17 (103 enchufes), aulas 01, 02, 14 y 15 (40 enchufes cada una), y aulas 24 y 25 (32 y 26 enchufes, respectivamente).

Es posible, previa reserva, disponer de: ordenador portátil, cañón de video y pantalla de proyección portátil, pizarra digital portátil y sistema de mandos de respuesta interactiva (Educlick).

El centro dispone en la actualidad de **5 Aulas TIC** equipadas con un total de 207 ordenadores y capacidad para 260 usuarios. Además, dispone de una Sala de Estudios Informatizada con 39 ordenadores. Todas estas aulas TIC disponen de: ordenador fijo, conexión para portátil, conexión a internet tanto por WIFI como por cable, cañón de video, pizarra digital, sistema de reproducción de audio y climatización (frío/calor).

El **software disponible** en las aulas TIC es el siguiente: Ofimática (Microsoft Office 2010-WXP y 2013-W7y Open Office); Matemáticas y Estadística (SPSS, MATLAB, Mathematica, Dymamica.m, Gretl, Lingo, Lindo 8.0 for Win64); Navegadores (Google Crhome, Firefox, Internet Explorer); Compresión



de archivos (WinRar, 7Zip); Lectores (Adobe Reader XI); y Antivirus (OfficeScan Trend Micro –WXP, M. Security Essentials).

Además de las aulas, la Facultad CEYE dispone de **5 espacios de estudio** con distinta funcionalidad y capacidad para 483 alumnos. Todas estas salas de estudio disponen de conexión a internet por WIFI y tomas de conexión eléctricas para la carga de ordenadores portátiles y dispositivos móviles.

Como espacios singulares, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales dispone de 3 salones y 2 salas de reuniones/seminarios.

- El Salón de Actos dispone de: conexión a internet tanto por wifi como por cable, megafonía y climatización. Asimismo, es posible disponer, previa reserva, de: ordenador portátil, cañón de video y pantalla de proyección, retroproyector y pizarra digital portátil.
- El Salón de Grados dispone de: ordenador portátil, conexión a internet tanto por wifi como por cable, cañón de video, retroproyector, televisión, video, pizarra digital portátil, megafonía y climatización. Asimismo, es posible disponer, previa reserva de: videoconferencia, traducción simultánea y sistema de grabación de actos.
- La Sala de Juntas dispone de: ordenador portátil, conexión a internet tanto por wifi como por cable, cañón de video, retroproyector, pizarra digital portátil y climatización.

El **Servicio de Informática y Comunicaciones (SIC) de la Universidad de Sevilla** ofrece a los distintos Centros, Departamentos y Unidades la posibilidad de utilizar Aulas de Informática de Campus ubicadas en el Edificio Rojo del Campus de Reina Mercedes y en el Campus Macarena para la realización de prácticas docentes, cursos, seminarios, etc.

Asimismo, podrán utilizarse los siguientes recursos: videoconferencia, pizarras digitales, entorno de trabajo colaborativo AccessGrid, grabación de sesiones y difusión a través de Internet, salas de informática, salas de ordenadores de acceso libre para alumnos.

La misión del Secretariado de Recursos Audiovisuales y NN.TT. es impulsar la utilización de las TIC en la enseñanza universitaria, tanto en lo que respecta a la docencia, como a la investigación y actividades de extensión universitaria. Al mismo tiempo se persigue la optimización de las mismas y la mejora en su gestión, en aras a lograr un eficaz y eficiente servicio a la comunidad universitaria en particular y, en general, a la sociedad.

La **Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**, junto con el resto de las Bibliotecas de Facultades y Escuelas y la Biblioteca General forma parte de la unidad funcional que constituye la Biblioteca Universitaria de Sevilla: <http://bib.us.es>.

Su misión es servir de apoyo al estudio, la docencia y la investigación de los miembros de la Facultad y del resto de la comunidad universitaria. Ocupa parte de la planta baja y de la primera del edificio. En la planta baja se encuentra la Sala de Consulta con 100 puestos de consulta y en ella, en acceso directo, los manuales, obras de referencia y los últimos números de algunas publicaciones periódicas. Además, hay un compartimento con un puesto accesible para silla de ruedas. En la primera planta está el Depósito de la Biblioteca - tanto monografías como revistas - cuyo acceso está restringido a los profesores de la Facultad y personal autorizado (el resto de los usuarios debe



solicitar los documentos en el mostrador de préstamo). Hay 20 puestos para y trabajos en grupo. Además, en esta planta se encuentran los Despachos destinados a la dirección y el proceso técnico.

#### FONDOS Y CATÁLOGOS

La Biblioteca cuenta con fondos especializados en Economía, Negocios, Marketing, Contabilidad, Informática, Estadística, Matemáticas y Derecho, que se distribuyen de la siguiente forma:

- Alrededor de 50.000 monografías (obras de referencia, manuales, monografías especializadas, tesis doctorales y documentos de trabajo).
- Alrededor de 1480 títulos de publicaciones periódicas impresas (revistas y anuarios), de los cuales 262 están en curso.
- Material no librario: Microformas, CD-ROM, DVD y disquetes.

El acceso a los fondos de la Biblioteca se hace a través del Catálogo Fama: <http://fama.us.es>. Incluye casi todas las publicaciones que se encuentran en la BUS (Biblioteca Universitaria de Sevilla). Todos nuestros fondos están incluidos en este catálogo. Otras opciones que ofrece son: comprobar documentos en préstamo, fechas de devolución, consultar catálogos de otras bibliotecas y enviar sugerencias.

#### SERVICIOS INFORMACIÓN GENERAL E INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICA ESPECIALIZADA

La realiza cualquier miembro del personal de biblioteca acerca de los servicios y fondos de la propia biblioteca. La Información más especializada la lleva a cabo el personal Ayudante de Biblioteca sobre servicios y fondos de la propia biblioteca, búsquedas bibliográficas en bases de datos, revistas electrónicas, catálogos de otras bibliotecas, sumarios, otras búsquedas en Internet...

#### PRÉSTAMO INTERBIBLIOTECARIO

Proporciona los documentos que no están disponibles en la BUS, solicitándolo a otras bibliotecas nacionales o extranjeras. Aunque está centralizado en la Biblioteca General desde nuestra biblioteca se puede dar información sobre el mismo.

#### PRÉSTAMO A DOMICILIO

Para utilizar este servicio es necesario la presentación del carnet o tarjeta inteligente que identifique al usuario como miembro de la Comunidad Universitaria. El personal no universitario podrá sacar libros en préstamo si previamente se le ha autorizado para ello. La Biblioteca prestará cualquier obra perteneciente a su fondo, excepto aquellas que aparezcan en su registro bibliográfico como publicación periódica, referencia o consulta en sala. El número de obras que se prestan y la duración del préstamo estará en función del tipo de obras y usuarios:

- Estudiantes Postgrado (máximo 10 ejemplares) monografías: 15 días, 2 renovaciones. Pub. periódicas y obras de referencia: No tienen préstamo.
- Profesores US (máximo 30 ejemplares) monografías: 90 días, 1 renovación de 30 días. Pub. periódicas y obras de referencia: No tienen préstamo.
- Investigadores US (máximo 10 ejemplares) monografías: 15 días, 2 renovaciones. Pub. periódicas y obras de referencia: No tienen préstamo.



Se podrá reservar a través de Fama aquellos libros que estén en préstamo. El préstamo se puede renovar siempre que la obra no esté reservada y que el interesado no esté penalizado. La demora en la devolución se sanciona con la retirada del derecho a préstamo por el doble de días en que se haya incurrido en el retraso.

El profesorado puede solicitar cualquier obra que no tenga la Biblioteca y pueda ser interesante o necesaria para el estudio o la investigación de las materias impartidas.

#### ACCESO A INTERNET

La Biblioteca cuenta con 10 ordenadores en la Sala de Lectura y 2 en la Sala de trabajo en Grupo desde los que se puede acceder a Internet. Asimismo, el edificio de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales está dotado de la tecnología WIFI.

#### REPROGRAFÍA

Para los profesores de la Facultad y personal autorizado, la Biblioteca cuenta con el equipo necesario para la reproducción del material que no se presta, sobre todo publicaciones periódicas.

#### FORMACIÓN DE USUARIOS

- 1) Curso de Orientación al Estudio y búsqueda documental: Se ofrece a los estudiantes a través de la plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Sevilla.
- 2) Cursos especializados en recursos de información de Economía y Negocios.

Por su parte, la Universidad de Sevilla cuenta con un **Buzón Electrónico de Quejas, Sugerencias, Felicitaciones e Incidencias**, EXPON@us, por medio del cual los miembros de la comunidad universitaria o la ciudadanía en general podrá exponer cuantas quejas, sugerencias, incidencias, reclamaciones y felicitaciones deseen relativas a la actividad académica o servicios `presta la Universidad en relación con cualquiera de sus Titulaciones, Centros, Departamentos y Servicios.

Asimismo, al formalizar la matrícula por primera vez en la Universidad de Sevilla, se activa en el Aula de Informática el **“Usuario/a Virtual”** de la Universidad de Sevilla, que dispone de cuenta de correo asociada, donde el nombre de usuario estará compuesto por las tres primeras letras del nombre, seguido de las tres primeras letras del primer apellido y por último las tres primeras letras de su segundo apellido. La letra ‘ñ’ será sustituida por ‘n’. En caso de repetición de nombres, se resolverá añadiendo algún carácter distintivo, que se notificará a los afectados. El “usuario” ira seguido siempre de **“@alumn.us.es**. Direcciones de interés relacionadas con el servicio de correo electrónico: [postmaster@us.es](mailto:postmaster@us.es), [sos@us.es](mailto:sos@us.es). Como usuario virtual, los estudiantes tienen acceso a través de Secretaria Virtual/Estudiantes a sus expedientes académicos, correo, estado de becas, etc.

El **Servicio de Orientación Profesional** de la Universidad de Sevilla ofrece información y asesoramiento sobre el mercado de trabajo, ofertas de empleo público y privado, guía de Empresas que ofrecen empleo, becas de carácter público, inscribirse en la base de datos de la Agencia de Colocación, etc. El enlace es <https://servicio.us.es/spee/empleo-servicio-orientacion>.



El/la **Defensor/a Universitario/a** de la Universidad de Sevilla (<http://defensor.us.es/>) es la Institución que, por mandato del Estatuto, vela por el respeto a los derechos y libertades de todos los miembros de la comunidad universitaria, y con esa finalidad supervisa la actuación de la Universidad de Sevilla. En la actualidad desempeña el cargo el profesor Dr. Fernando Álvarez-Ossorio.

### **Servicios Centrales de la Universidad de Sevilla**

La Universidad de Sevilla cuenta con un Servicio de Mantenimiento centralizado, dependiente de la Dirección General de Infraestructuras, cuyo objetivo prioritario y estratégico es asegurar la conservación y el óptimo funcionamiento de todos los centros de la Universidad de Sevilla contribuyendo a que desarrollen plenamente su actividad y logren sus objetivos mediante la prestación de un servicio excelente adaptándose a las nuevas necesidades.

Entre sus funciones figuran:

- Aseguramiento y control del correcto funcionamiento de las instalaciones que representan la infraestructura básica de los Centros y Departamentos.
- Acometer programas de mantenimiento preventivo.
- Realizar el mantenimiento correctivo de cualquier tipo de defecto o avería que se presente en la edificación y sus instalaciones.
- Promover ante los órganos correspondientes las necesidades en cuanto a obras de ampliación o reforma de instalaciones que sean necesarias.

Son responsabilidad de la Dirección General de Infraestructuras (<http://institucional.us.es/viceinfra>) todas las actuaciones relativas a las infraestructuras universitarias: política y ejecución de obras, equipamiento, mantenimiento, así como la eliminación de las barreras arquitectónicas en los centros y edificios universitarios. Para ello cuenta con los Servicios de Equipamiento, Mantenimiento y Obras y Proyectos y con el Gabinete de Proyectos y Arquitecto de la Universidad de Sevilla. Con todos estos recursos a su disposición el objetivo prioritario y estratégico de la Dirección General de Infraestructuras es asegurar la conservación y el óptimo funcionamiento de todos los centros de la Universidad de Sevilla contribuyendo a que desarrollen plenamente su actividad y logren sus objetivos mediante la prestación de un servicio excelente adaptándose a las nuevas necesidades.

### **6.2.- Gestión de las Prácticas externas**

No procede

### **6.3.- Previsión de dotación de recursos materiales y servicios**

Software necesario para el desarrollo de prácticas de simulación empresarial internacional, a través del correspondiente Plan Propio de Docencia de la Universidad de Sevilla, con el apoyo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y del Departamento de Administración de Empresas y Marketing.



## **7. Calendario de implantación**

### **7.1.- Cronograma de implantación**

Curso de inicio: 2010-2011

Cronograma: El Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales se imparte desde el curso 2010-2011, de forma ininterrumpida, hasta la actualidad.

En cuanto a su organización temporal, tiene una duración prevista de 60 créditos ECTS. La docencia se estructura en diez meses (octubre a junio del curso académico correspondiente), con la siguiente distribución:

- Octubre a Febrero: 32 créditos de las ocho asignaturas obligatorias.
- Febrero a Mayo: 18 créditos optativos.
- A partir de Febrero: 10 créditos de Trabajo Fin de Máster.

La presente adaptación de la memoria al formato establecido por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, así como las modificaciones que conlleva, una vez informada favorablemente por la agencia evaluadora, será de aplicación a partir del curso 2024/25.

### **7.2.- Procedimiento de adaptación**

El Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales, nace de la transformación del programa de Doctorado con mención de calidad denominado “Gestión de la Globalización y Adaptación al Cambio”, de tal manera que el itinerario denominado “Investigación” sustituye a dicho programa de doctorado. De igual modo, se extingue el Master Oficial en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales del RD 56/05 y se crea, con esta memoria, el título oficial de Máster Universitario en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales por la Universidad de Sevilla.

Se establecen a continuación los procedimientos de adaptación del actual Máster Oficial al nuevo Título de Máster Universitario en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales por la Universidad de Sevilla. Estos procedimientos se han elaborado de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 1393/2007 y las “Normas básicas sobre reconocimiento y transferencia de créditos en la Universidad de Sevilla”.

Además, en el caso de créditos superados cuyo carácter no esté incluido en alguno de los casos siguientes, se procederá al reconocimiento de las materias cursadas, teniendo en cuenta las competencias y conocimientos asociados a dichas materias.

- A los alumnos que tengan superadas todas las asignaturas del Máster excepto el Trabajo Fin de Máster se les reconocerán los módulos “Dirección Estratégica Internacional” y “Estrategia Internacional” o “Mercado Internacional”, según sea el caso.
- A los alumnos que tengan superadas las asignaturas troncales del actual Máster Oficial, se les reconocerá el módulo de carácter obligatorio “Dirección Estratégica Internacional”.
- A los alumnos que hayan aprobado alguna asignatura del Máster Oficial en Gestión Estratégica y negocios Internacionales se les reconocerán las asignaturas del Máster Universitario, según la tabla siguiente:

PLAN ACTUAL	PLAN NUEVO
Estrategia y organización de empresas internacionales	Estrategia y organización de empresas internacionales
Gestión del valor para el cliente	Gestión del valor para el cliente
Dirección estratégica de los recursos humanos	Dirección estratégica de los recursos humanos
Sistemas integrados de distribución en mercados internacionales	Sistemas integrados de distribución en mercados internacionales
Proceso de internacionalización y marketing internacional	Proceso de internacionalización y marketing internacional
Sistemas de información y gestión del conocimiento	Sistemas de información y gestión del conocimiento
El cambio en las instituciones en una economía global	El cambio en las instituciones en una economía global
El impacto de la globalización de los mercados en el comportamiento caótico del consumidor.	El impacto de la globalización de los mercados en el comportamiento del consumidor.
Estrategia y organización de empresas internacionales	Estrategia y organización de empresas internacionales
Gestión del valor para el cliente	Gestión del valor para el cliente
Transferencia de conocimiento en negocio internacionales	Transferencia de conocimiento en negocio internacionales
Internacionalización de la empresa familiar	Internacionalización de la empresa familiar
Comportamiento emprendedor e innovación en sectores globales	Comportamiento emprendedor e innovación en sectores globales
Gestión de la diversidad cultural de las empresas internacionales	Gestión de la diversidad cultural de las empresas internacionales
Ética y responsabilidad social en los negocios internacionales	Ética y responsabilidad social en los negocios internacionales
El capital intelectual en organizaciones intensivas en conocimiento	
Redes internacionales	Redes internacionales
Negociación y conflicto en los negocios internacionales	
Transferencia de conocimiento en negocio internacionales	Transferencia de conocimiento en negocio internacionales
Orientación al mercado e internacionalización	Orientación al mercado e internacionalización
El comportamiento del consumidor: análisis de la heterogeneidad del mercado	El comportamiento del consumidor: análisis de la heterogeneidad del mercado
Gestión de marcas internacionales	Gestión de marcas internacionales
E-business	E-business
	Diseño Organizativo en Empresas Internacionales
	Contratación y Comercio Exterior



El proceso de adaptación derivado de las modificaciones en las asignaturas anteriores, garantizará el derecho de los estudiantes a ser evaluados de las asignaturas que desaparecen de acuerdo con la [normativa de evaluación de la Universidad de Sevilla](#), teniendo garantizada la posibilidad de superar esas asignaturas mediante los mecanismos de extinción previstos en el [Reglamento General de Actividades Docentes](#) (Disposición Adicional Tercera), con la organización de tres convocatorias de examen en cada uno de los tres siguientes cursos a la extinción.

### **7.3.- Enseñanzas que se extinguen**

Enseñanzas que se extinguen:

3002679-41008431 - Máster Universitario en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales - Universidad de Sevilla

## **8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad (ESG 1.1/1.7/1.8/1.9/1.10)**

### **8.1.- Sistema interno de garantía de calidad**

Este título se encuentra bajo el alcance del SIGC del Centro. La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, centro de impartición responsable del título, cuenta con Acreditación Institucional otorgada por el Consejo de Universidad por Resolución del 17/9/2020.

<https://www.educacion.gob.es/ruct/centro.action?codigoUniversidad=017&codigoCentro=41008337&actual=centros>

Además, el Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales cuenta también con Acreditación como Título Oficial de Máster desde 2016, con su posterior renovación en 2020:

<https://www.educacion.gob.es/ruct/estudiocentro.action?codigoCiclo=SC&codigoEstudio=4312179&actual=estudios>

En el ámbito del Sistema de Garantía de Calidad del Centro (SGCC), la Universidad de Sevilla adopta el modelo diseñado por la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA), Programa IMPLANTA, estructurado en base a 5 criterios. Tanto el modelo desarrollado por la DEVA como el propuesto por el Programa AUDIT de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) están relacionados con los criterios definidos en el capítulo 1 del ESG 2015 (Standards and guidelines for quality assurance in the European Higher Education Area) por lo que el sistema de garantía interno de calidad del centro está orientado a la mejora continua de la formación que se ofrece al estudiantado, y conforme los criterios y directrices para el aseguramiento de la calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior (ESG).

Por su parte, la Comisión de Garantía de Calidad del Centro se ocupa de analizar la adecuación y pertinencia de la información publicada y de emitir un informe anual al respecto que contenga, en su caso, acciones de mejora, remitiendo dicho informe al Decanato del Centro.



El SGC se mantiene actualizado, recoge la información pertinente, contribuye al análisis de dicha información sobre el correcto desarrollo del título e identifica mejoras sobre:

- Los resultados del título. Esta información se analiza teniendo en cuenta la tendencia de los indicadores correspondientes con respecto al resto de títulos que se imparten en el centro. Contamos para ello con un evolutivo de indicadores.
- La satisfacción de los grupos de interés (estudiantado, egresados, profesorado, PAS y otros colectivos implicados en el título), objeto de un proceso concreto dentro del SGCC.
- El proceso de seguimiento y modificaciones (informes de seguimiento, informes de modificación, planes de mejora y otros similares). Objeto de un proceso particular dentro del SGCC.

El máster GENI, en base a los resultados que le ofrece el SGC, propone acciones de mejora para optimizar dicho sistema y, en consecuencia, favorecer al propio título. Por ello, propone indicadores, adaptaciones de plazos y líneas de análisis de datos. El análisis de los resultados conlleva a la propuesta de revisión del SGCC. Si se han producido propuestas o cambios al respecto, se indican. Si se proponen, se incluyen como propuestas para el plan de mejora.

En cada seguimiento, el órgano responsable lleva a cabo un análisis valorativo del funcionamiento del programa formativo a partir de los datos e indicadores que arroja la aplicación del SGCC y, en caso de que proceda, se establece y garantiza la implementación de las oportunas acciones de mejora. Dichas acciones de mejora se recogen, finalmente, en un plan de mejora, en el que se identifica a las personas responsables de las acciones, la temporalidad del cumplimiento de la acción e indicadores que valoren el seguimiento y su adecuación, todo lo cual contribuye a mejorar la calidad de las titulaciones.

Se dispone de LOGROS, gestor documental o plataforma interna de gestión de la documentación.

A partir del curso 2015/16, el control de calidad aplicable al título a través del SGCT coexiste de manera transitoria con el del Sistema de Garantía de Calidad de Centro (SGCC).

Con fecha 17/09/2020, el Centro es Acreditado Institucionalmente, por lo que con dicha fecha es nuevamente renovada su acreditación y a partir de entonces se rige por el SGCC.

Por tanto, dependiendo del proceso en el que anualmente haya estado inmerso, el título ha estado sometido periódicamente a un control de calidad consistente en la obtención de información anual (cálculo de indicadores y publicación en LOGROS), análisis de la misma por la Comisión de Garantía de Calidad, la detección de debilidades a través del seguimiento y la realización del plan de mejora anual del título, lo que ha permitido adoptar modificaciones y cambios que han favorecido el seguimiento y la renovación de la oferta formativa. Además, hay que resaltar que, en el caso particular de nuestro centro, la Facultad de Económicas y Empresariales, en un proceso de mejora continua, se presentó voluntaria como candidata al proyecto piloto de acreditación de centros IMPLANTA.

Por su parte, la Comisión de Garantía de Calidad del Título de Máster Universitario en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales se constituyó, en su etapa inicial, el 30 de marzo de 2009. Está formado por una presidenta (que es la coordinadora del título), un secretario (PDI de la



titulación) y tres vocales (un PDI, un PAS y un alumno del título). Se ha ido renovando cada tres años, desde su constitución y se han introducido algunos cambios en su composición. Tal y como indica la normativa, la comisión se reúne una vez por trimestre.

El grado de cumplimiento del sistema de garantía de calidad es óptimo, teniendo en cuenta que se han ido realizando todas las actualizaciones y mejoras pertinentes desde su implantación. Este sistema supuso un cambio importante en la gestión de la calidad, al basarse ahora en principios tan complejos como son la universalidad y la transversalidad. En este sistema, la calidad es un objetivo en sí mismo, pero a la vez, un medio para desarrollar la función de servicio público que la sociedad tiene asignada a la Universidad. Por todo ello, la cultura de la calidad constituye un objetivo de toda la comunidad universitaria.

La información relativa al SGCC se puede consultar en <https://fceye.us.es/calidad>

## **8.2.- Medios para la información pública**

### **A. Sistema de Orientación y Tutoría de la Universidad de Sevilla**

El Plan de Orientación y Acción Tutorial (POAT) de la Universidad de Sevilla, está concebido como el conjunto de los POATs de sus centros propios, dado que la idiosincrasia de cada uno determina que la orientación y la acción tutorial se concrete en acciones ajustadas a las necesidades específicas del alumnado y de los títulos que se imparten en ellos.

Estos Planes ofrecen al estudiantado la ayuda, acompañamiento y herramientas necesarias para que puedan afrontar con éxito los retos académicos, personales y profesionales que plantea la vida universitaria.

Sus objetivos son: atraer a nuevos estudiantes, prevenir el abandono de los estudios, asesorar en todas aquellas cuestiones relacionadas con su trayectoria académica, facilitar el desarrollo de competencias transversales y fomentar el aprovechamiento de oportunidades formativas, favorecer la elaboración de un proyecto profesional y vital, fomentar la participación en todos los aspectos de la vida universitaria (formación, gestión, investigación, cultura, ...) y facilitar y acompañar el proceso de transición a estudios posteriores y/o al mundo laboral.

El POAT se define como un programa de acciones coordinadas que integra actividades de tutoría, información, orientación preuniversitaria, orientación académica, orientación personal y orientación postuniversitaria para preuniversitarios, estudiantes de Grado, Máster y Doctorado, estudiantes entrantes de movilidad nacional e internacional y estudiantes con necesidades académicas especiales.

Dirección web: <https://www.us.es/estudiar/orientacion-universitaria>

#### *Salón de estudiantes*

Es uno de los eventos de mayor relevancia que programa la Universidad de Sevilla con el objetivo de apoyar al alumnado universitario en la transición a sus estudios de posgrados. El Salón incluye información sobre la oferta de Máster y actividades vinculadas a los estudios de Posgrado, convirtiéndose así en herramienta estratégica global para la orientación universitaria.



### *Presentación de oferta Posgrado*

Los centros organizan actividades de promoción de su oferta de másteres oficiales facilitando información diferenciada de la oferta de másteres profesionalizantes y otros másteres orientados a la continuación de los estudios de doctorado.

### *Participación en ferias nacionales e internacionales:*

La Universidad de Sevilla, a través de los Vicerrectorados de Estudiantes y Proyección Institucional e Internacionalización, se acerca a los/as futuros/as estudiantes de posgrado en sus lugares de procedencia, participando en eventos de orientación tanto en la Comunidad Autónoma Andaluza, en otras Comunidades y en el extranjero, tanto de manera presencial como virtual.

En estos eventos, además, se presentan los distintos servicios disponibles y todas las posibilidades de participación en la vida universitaria.

## **B. Información en Internet**

La Universidad de Sevilla (US), a través de los Vicerrectorados de Ordenación Académica y de Estudiantes, es la responsable de recopilar y difundir, a través del Portal de la US, de forma centralizada y con un formato común para todos los títulos oficiales de la Universidad de Sevilla, la información relativa a:

### A) Cuestiones de carácter general:

- La normativa y el calendario de matrícula.
- Las políticas generales de acceso y orientación de los/las estudiantes.

### B) Cuestiones específicas de cada título:

- Información del título: Memoria de Verificación, Autoinforme de seguimiento del título, Informe de seguimiento de la Dirección de Evaluación y Acreditación (DEVA) de la Agencia Andaluza del Conocimiento, Autoinforme de renovación de la acreditación del título, Procedimiento para la expedición del Suplemento Europeo al título.
- Datos de identificación del Título.
- Sistema Interno de Garantía de Calidad.
- Acceso.
- Competencias.
- Planificación de la enseñanza.
- En su caso, información sobre el procedimiento que garantiza la continuidad de los estudios en caso de extinción del título.
- Fecha de actualización de la información.

Los contenidos obligatorios de publicidad competencia de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCEYE) de la Universidad de Sevilla se encuentran publicados en la página web de dicha Facultad, así como otra información de interés general.



La FCEYE garantiza la publicación de la siguiente información:

- Los órganos de gobierno del Centro y el sistema de participación de los diferentes colectivos en el mismo.
- Los datos referentes a la organización docente del curso académico actualizado: la asignación de grupos, aulas y profesorado, así como los calendarios y horarios de clases, exámenes y tutorías.
- La documentación del Sistema de Garantía de Calidad.
- Los resultados de las enseñanzas, en lo que se refiere al aprendizaje, la inserción laboral y la satisfacción de los distintos grupos de interés.
- Los planes de acogida y orientación al alumnado específicos del título o del Centro en el que se imparte.
- La oferta de prácticas externas, así como las metodologías de enseñanza-aprendizaje y los criterios de evaluación que se utilizarán en las mismas.
- Información del procedimiento de movilidad de estudiantes.
- Los mecanismos para realizar quejas y sugerencias.
- Los criterios para el reconocimiento y transferencia de créditos.
- Normas de permanencia en la titulación.
- La accesibilidad para estudiantes con discapacidad.
- En su caso, información sobre el procedimiento que garantiza la continuidad de los estudios en caso de extinción del título.
- Procedimiento de matrícula: Información de matrícula y normas de permanencia. Documentación. Cambio de Grupo. Traslados de expedientes

El Equipo Decanal de FCEYE desarrolla un Plan de Comunicación Digital con el que determina qué información publicar, a qué grupos de interés va dirigida y el modo de hacerla pública. Los medios de comunicación de la información pública son:

- Publicación Página Web.
- Listas de Distribución del Personal Docente e Investigador (PDI), Personal de Administración y Servicios (PAS y de Estudiantes. Las comunicaciones a las listas de distribución deben cumplir con lo establecido en Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.
- Otros canales de comunicación:
  - o Pantallas de información.
  - o Ediciones impresas o digitales, (Memoria anual de actividades, cartelería, lonas, folletos...) de carácter informativo, editadas por la FCEYE.



o Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y cualquiera otra que se decida emplear en el futuro.

o Canal de la FCEYE de TVUS.

o Reuniones informativas y Jornadas de Puertas Abiertas.

La Universidad de Sevilla dispone de un Portal web de Máster Universitario, destinado a estudiantes potenciales de posgrado, que incluye información sobre acceso a las titulaciones de máster universitario de la Universidad, guía de titulaciones, planes de estudio y asignaturas, perfil esperado, criterios de acceso, especialidades, centros responsables, Trabajos Fin de Máster y prácticas, becas, alojamiento y actividades de orientación.

Dirección web: <https://www.us.es/estudiar/que-estudiar/oferta-de-masteres>

Igualmente, en el Portal web de la Universidad existe un apartado de Acceso y Matrícula donde se puede obtener información actualizada sobre la reglamentación de aspectos relevantes para el futuro alumnado de másteres universitarios, como pueden ser los procesos de acceso, admisión y matrícula.

Dirección web: <https://www.us.es/estudiar/acceso-matricula>

Asimismo, en el Portal web de la Universidad existe un apartado con información específica sobre Acceso, Admisión y Matrícula, Becas y Ayudas y Premios y Distinciones.

Direcciones web:

<https://www.us.es/estudiar/acceso-a-la-us>

<https://www.us.es/estudiar/becas-ayudas>

Se destaca la existencia de un canal específico, telemático, centralizado en el Área de Orientación Universitaria y Participación Estudiantil, dedicado a la atención exclusiva a estudiantes. Se trata del Centro de Atención a Estudiantes (CAT), consistente en:

- Un Portal web con información al día sobre todas las materias ya mencionadas: Oferta Académica, Acceso, Admisión, Matrícula, POAT, Becas, y, sobre todo, con el despliegue para la Participación Estudiantil, Formación Transversal y actividades de diferente naturaleza planificadas para los estudiantes.

Dirección web: <https://cat.us.es/>

- Un servicio telemático de respuesta a consultas para los estudiantes, atendido por un equipo de profesionales especializado, que reciben miles de consultas anualmente.

Enlace <https://servicio.us.es/catdes/contacto>

- Un asistente virtual, chatbot CATi, basado en Inteligencia Artificial, que responde de forma inteligente a las consultas que realizan los estudiantes y es capaz de enviar consultas al propio CAT si el usuario lo desea.



Por otro lado, en el procedimiento P9 del Sistema de Garantía de Calidad del Título (apartado 9) se establecen los mecanismos que se deben seguir en la Universidad de Sevilla para publicar la información sobre el plan de estudios, su desarrollo y sus resultados, con el fin de que llegue a todos los grupos de interés (miembros de la comunidad universitaria, futuros estudiantes, agentes externos y la sociedad en general). La aplicación de dicho procedimiento garantiza, entre otras cuestiones relacionadas con la difusión del título, la existencia de un sistema accesible de información previa a la matriculación.

El Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales cuenta con una página web propia, a la que se puede acceder de forma directa, a través del espacio de la web de la Universidad de Sevilla dedicado a los títulos de Máster, y a través del espacio de la web de la FCEYE dedicado a los títulos de Máster que se imparten en el Centro. Por tanto, La web del Máster GENI es única: <http://master.us.es/pdgeni/>

En esta web se ofrece información sobre la estructura del título, los modos de acceso, el trabajo fin de máster, el profesorado que imparte docencia en el título, noticias relacionadas con actividades desarrolladas por alumnado y profesorado o cuestiones de interés para nuestra comunidad. En este caso es la comisión académica del máster la que gestiona y actualiza la información que se ofrece en esa web. Además, se facilita al estudiantado una Guía completa detallada y actualizada con antelación al inicio del curso académico, así como el horario y el calendario académico detallado de las clases, los cursos de formación para TFM, seminarios especializados, etc.

### **C. Revista y folletos de orientación dirigidos a estudiantes potenciales**

El Vicerrectorado de Estudiantes de la Universidad de Sevilla edita folletos informativos de su amplia oferta de estudios de Máster. Sus contenidos se presentan en formato papel y en formato electrónico, accesibles en los diferentes portales indicados. Estos folletos detallan específicamente los criterios de acceso y admisión, así como las salidas profesionales y las posibilidades de continuar estudios en cada caso.

### **Apoyo y orientación a estudiantes, una vez matriculados/as**

El seguimiento y orientación especial del alumnado se realizará a través del Plan de Acción Tutorial de la Universidad de Sevilla, que cuenta con los siguientes componentes:

- El Plan de acción tutorial incluido en el Plan Propio de Docencia de la Universidad de Sevilla <https://ppropiodocencia.us.es/>
- El Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo (<http://servicio.us.es/spee/>).
- El Servicio de Orientación Profesional (<http://servicio.us.es/spee/empleo-servicio-orientacion>).
- Asesoría Pedagógica del Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria (<http://sacu.us.es/>).
- Sistemas de información generados por la Asesoría Psicológica (Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria). Esta Asesoría, además de atención individualizada para todos los miembros de la Universidad, desarrolla las siguientes actividades:

El Área de Orientación Universitaria y Participación Estudiantil ofrece un servicio presencial y telefónico, personalizado, de orientación con el objetivo de apoyar a los estudiantes en su transición hacia estudios de niveles superiores y vida profesional.



También promueve la participación estudiantil en sus diferentes ámbitos: representación estudiantil, formación transversal, aula de debate, mentoría, asociacionismo, proyectos, divulgación, etc., todo ello conforme al Plan de Participación Estudiantil.

El Secretariado de Prácticas en Empresas y Empleo (<http://servicio.us.es/spee/>) dependiente del Vicerrectorado de Transferencia del Conocimiento, y con el Servicio de Prácticas en Empresas y la Unidad de Orientación e Inserción Profesional (<http://servicio.us.es/spee/empleo-servicio-orientacion>) como unidades dependientes del mismo, facilitan la conexión entre los estudiantes de la Universidad de Sevilla, de Grado y Máster, y los recién egresados con el mundo laboral. Para ello se tramitan las prácticas en empresas e instituciones, que son una primera aproximación al mismo. También es responsabilidad del Secretariado la coordinación con los Centros de los programas de prácticas en empresas curriculares, incluidos en los Planes de Estudio de los títulos oficiales y propios de la Universidad de Sevilla.

El Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria (<https://sacu.us.es/>) se ofrecen a los alumnos asesoramiento y asistencia técnica pedagógica (<https://sacu.us.es/spp-prestaciones-pedagogica>) y asesoría psicológica (<https://sacu.us.es/spp-prestaciones-psicologica>). Esta asesoría, además de atención individualizada para todos los miembros de la comunidad universitaria, desarrolla las siguientes actividades:

**Rendimiento Académico:** Desde la Asesoría Psicológica se propone un curso para la mejora del rendimiento académico, donde se facilitarán las estrategias necesarias para optimizar el tiempo de estudio de los estudiantes. A lo largo del curso académico se imparten diversos seminarios en el Pabellón de Uruguay.

**Asesoramiento Vocacional:** Este tipo de asesoramiento va dirigido a aquellos estudiantes que se encuentran en situación de incertidumbre respecto al desarrollo de su carrera universitaria. Su objetivo es clarificar las expectativas, metas y creencias que se tienen con respecto a la titulación (tanto de los estudios que se cursan como de los que se pretenden realizar) y la puesta en funcionamiento de actividades que puedan ayudar a la persona en el proceso de toma de decisión para una elección más realista y eficaz de los estudios a realizar en la Universidad de Sevilla.

La Universidad de Sevilla tiene como objetivo estratégico conseguir la integración plena y efectiva de todas aquellas personas de la comunidad universitaria que presenten algún tipo de discapacidad, tanto en el acceso y permanencia en la Institución como en su posterior integración en el mundo laboral y en la sociedad. Para ello dispone de un Plan Integral de Atención a las Necesidades de Apoyo para Personas con Discapacidad o con Necesidad de Apoyo por Situación de Salud Sobrevenida que puede consultarse en el siguiente enlace: <https://sacu.us.es/ne-plan-integral>.

Asimismo, la Universidad de Sevilla cuenta con una unidad de igualdad para el desarrollo de las funciones relacionadas con el principio de igualdad entre mujeres y hombres, así como con un Plan de Igualdad que sistematiza y concreta las medidas dirigidas, por un lado, a evitar cualquier tipo de discriminación por razón de sexo y, por otro, a establecer acciones con las que promover la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, que puede consultarse en el siguiente enlace: [http://igualdad.us.es/?page\\_id=817](http://igualdad.us.es/?page_id=817).



Por otro lado, la **Comisión Académica del Máster** se encarga de:

1. Presentación al estudiantado del Máster, indicando los principales aspectos que deben tener en cuenta al inicio del mismo y durante su desarrollo, y orientando sobre los principales cambios que experimentará con respecto a los estudios de Grado.
2. Informarles sobre el sistema de tutorías específico del Máster.

### **Área de Gestión Administrativa de Asistencia al Estudiantado**

El Área de Gestión Administrativa de Asistencia al Estudiante desarrolla una labor de acompañamiento del estudiante durante su estancia en la Universidad. En este sentido cabe mencionar, dentro de sus actividades, aquéllas cuyo alcance incluye al alumnado de Máster:

1. Gestión y transmisión de la información recibida por el Instituto Andaluz de la Juventud.
2. Gestión de bolsa de alojamiento o vivienda.
3. Difusión de convocatorias de becas y ayudas de entidades y/o organismos públicos y privados, así como orientación de la documentación necesaria.
4. Información y apoyo a las asociaciones universitarias.

Además, el alumnado recibirá información continua mediante las siguientes vías:

1. Página web de la Universidad de Sevilla: [Portal Universidad de Sevilla \(us.es\)](http://PortalUniversidaddeSevilla.us.es)
2. Página web propia del Máster: [GENI – Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales – Máster en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales – Universidad de Sevilla \(us.es\)](http://GENI-MásterenGestiónEstratégicayNegociosInternacionales-MásterenGestiónEstratégicayNegociosInternacionales-UniversidaddeSevilla.us.es)
3. Plataforma de enseñanza virtual de la Universidad de Sevilla.

### **Anexo**

*En el siguiente enlace puede consultarse el informe motivado sobre la adecuación académica y normativa de la modificación sustancial propuesta de la memoria de verificación de este máster realizado por la Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales:*

<https://hdvirtual.us.es/discovirt/index.php/s/Kp2yeqkyRSc8pBH>