

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Internacionalización Avanzada
Titulación	Máster Universitario en Gestión de Negocios Internacionales
Internacionales	
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	A distancia
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2023-2024
Docente coordinador	Alfonso Vegara

2. PRESENTACIÓN

El módulo de “Internacionalización Avanzada” aborda algunas de las fórmulas más actuales para el desarrollo de la actividad de la internacionalización en un entorno globalizado.

Junto con las fórmulas más tradicionales de exportación y su gestión, el alumno debe conocer y saber manejarse con los nuevos enfoques en gestión y desarrollo de los mercados internacionales, que es lo que se verá en este apartado.

El alumno podrá al finalizar el módulo identificar las herramientas de detección de las nuevas tendencias de la internacionalización, analizar los nuevos procesos de internacionalización y sus procedimientos de gestión, así como evaluar las consecuencias de la internacionalización y las situaciones técnicas nuevas que son precisas.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas y generales:

- CB7: Que los estudiantes sepan aplicar 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 su área de estudio.
- CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias transversales:

- CT6: Adaptación al cambio: ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.
- CT9: Mentalidad global: ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

- CE2: Ser capaz de planificar las estrategias de internacionalización a medio y largo plazo, experimentando las herramientas de análisis existentes.
- CE4: Ser capaz de detectar las nuevas tendencias de internacionalización con el apoyo de las herramientas jurídicas, fiscales, de negocio y tecnológicas.
- CE8: Implementar las estrategias de marketing, ventas y comunicación de una compañía que se abre a nuevos mercados internacionales.
- CE9: Saber diseñar la gestión de los recursos de la empresa para llevar a la práctica un plan de internacionalización, el relanzamiento de una nueva actividad o bien abrir la empresa a nuevos mercados.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Identificar las herramientas de detección de las nuevas tendencias de la internacionalización.
- RA2: Analizar los nuevos procesos de internacionalización y sus procedimientos de gestión.
- RA3: Evaluar las consecuencias de la internacionalización, así como las situaciones técnicas nuevas que son precisas.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB7, CT6, CT9, CE4, CE9	RA1: Identificar las herramientas de detección de las nuevas tendencias de la internacionalización.
CB7, CT6, CT9, CE2, CE4, CE8, CE9	RA2: Analizar los nuevos procesos de internacionalización y sus procedimientos de gestión.
CB7, CB9, CT6, CT9, CE2, CE4, CE8, CE9	RA3: Evaluar las consecuencias de la internacionalización, así como las situaciones técnicas nuevas que son precisas.

4. CONTENIDOS

El módulo está organizado en 2 Unidades de Aprendizaje (U.A.), las cuales, a su vez, están divididas en los siguientes recursos de aprendizaje:

Unidad 1. Estrategia Global.

- Fases avanzadas de internacionalización.
- La gestión empresarial para la globalización.
- Marketing global versus marketing internacional.
- Marcas globales y empresas globales.

- Empresas como cadenas de valor global.
- Innovación y globalización.

Unidad 2. Licitaciones, aspectos fiscales y negociación.

- Licitaciones internacionales y dirección de proyectos.
- Offshoring y fiscalidad internacional.
- Negociación multicultural.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral/ web conference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lectura de temas de contenido	12 h
Seminario virtual	12 h
Lectura y consulta de recursos complementarios	10 h
Actividades de aplicación individuales	10 h
Actividades de aplicación colaborativas	14 h
Caso, problema o proyecto	20 h
Tutoría virtual	12 h
Trabajo autónomo	50 h
Cuestionarios de autoevaluación	2 h
Seguimiento y revisión de actividades	8 h
Total	150 h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	40
Trabajos / proyectos	40
Participación en Debates y Foros	05
Caso/problema	15

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad individual nº1 – Unidad 1	Semana 19-20
Actividad individual nº2 – Unidad 1	Semana 19 - 20
Actividad grupal – Unidad 1	Semana 20 - 21
Actividad individual nº 1 – Unidad 2	Semana 20 - 21
Actividad individual nº2 – Unidad 2	Semana 21 - 22
Actividad individual nº3 (Caso) – Unidad 2	Semana 21 -22
Prueba de conocimiento	Semana 22

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Casanoves Boix, J. (2017). Fundamentos de branding: claves para construir una marca poderosa. Barcelona: Profit.
- Cateora, P. R. y otros (2014). Marketing Internacional. México D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Cerdá Suárez, L.M., Ramírez Ramírez, M. (2019). Fundamentos para un nuevo marketing. Madrid: Síndesis.
- Fulgencio Martínez Valverde, J. (2018). Negociación internacional. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Jiménez Quintero, J.A. (2016). Dirección estratégica internacional. Madrid: Pirámide.
- Merino Jara, I. (2019). Fiscalidad internacional y comunitaria. Madrid: Dykinson.
- Ortega Giménez, A. (2018). ¿Cómo elaborar un plan de internacionalización empresarial? Madrid: Formación Alcalá.
- Somalo Peciña, I. (2017). El comercio electrónico: una guía completa para gestionar la venta "online". Madrid: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ESIC.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

PLAN DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA

(APARTADOS OBLIGATORIOS)

CÓMO COMUNICARTE CON TU DOCENTE

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros y compañeras puedan leerla.

¡Es posible que alguien tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al docente puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por estudiantes y docentes, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades evaluables	Fecha
Actividad individual nº1 – Unidad 1	Semana 19-20
Actividad individual nº2 – Unidad 1	Semana 19 - 20
Actividad grupal – Unidad 1	Semana 20 - 21
Actividad individual nº 1 – Unidad 2	Semana 20 - 21
Actividad individual nº2 – Unidad 2	Semana 21 - 22
Actividad individual nº3 (Caso) – Unidad 2	Semana 21 -22
Prueba de conocimiento	Semana 22

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Actividad individual nº1 Unidad 1- Análisis y comparativa de empresas globales

Los objetivos de aprendizaje a alcanzar en esta actividad son:

- Aplicar los conocimientos desarrollados en los diferentes temas de esta Unidad a casos prácticos y concretos.
- Aprender a investigar casos concretos de empresas internacionalizadas.
- Analizar los modelos de internacionalización avanzada encontrados.
- Comparar distintas realidades empresariales dentro del ámbito de la internacionalización avanzada.

Enunciado:

El alumno deberá identificar dos empresas de cualquier país que puedan considerarse globales según lo tratado en los distintos temas de esta Unidad. Deberán pertenecer a distintos sectores empresariales y al menos una de ellas tiene que pertenecer a un sector distinto al tecnológico. Una vez identificadas deberá realizar un informe que contemple los siguientes puntos:

1. Describir el modelo de internacionalización de ambas empresas e indicar porqué hablamos en ambos de internacionalización avanzada. Comparar ambas empresas por lo que respecta a su modelo de internacionalización (similitudes y diferencias).
2. Identificar sus modelos de gestión o su enfoque estratégico. Comparar ambas empresas.
3. Identificar sus respectivos enfoques de marketing y comparar.

Evaluación:

El peso de esta actividad sobre la calificación total es del 5%.

Procedimiento de entrega

Subir el informe final a la actividad abierta en el Campus virtual en formato Word y con un máximo de cuatro páginas. La entrega de la actividad se hará antes de las 23h59min del domingo de la semana de entrega a través de campus virtual y utilizando la herramienta antiplagio Turnitin. En el plazo de 1-2 semanas la persona tutora asignada a cada estudiante evaluará la entrega de acuerdo con la rúbrica y hará llegar a los estudiantes los comentarios pertinentes.

Actividad individual nº 2 Unidad 1 - La internacionalización global de las empresas innovadoras

Los objetivos de aprendizaje a alcanzar en esta actividad son:

- Aplicar los conocimientos desarrollados en los diferentes temas de esta Unidad a casos prácticos y concretos.
- Aprender a investigar casos concretos de empresas internacionalizadas.
- Analizar los modelos de internacionalización avanzada encontrados.
- Comparar distintas realidades empresariales dentro del ámbito de la internacionalización avanzada.

Enunciado:

El alumno deberá identificar tres empresas cuya sede social se encuentre en Silicon Valley (California, área de San Francisco), distintas a las analizadas en la Unidad. Deberá redactar un informe comparativo de un máximo de 4 páginas en el que abordará las siguientes cuestiones:

1. Compare la presencia internacional de las tres empresas en los mercados internacionales.
2. Explique sus respectivos modelos de internacionalización, similitudes y diferencias.
3. Explique en qué medida abordan el negocio de manera global en cada caso y en qué basan su respectiva propuesta de valor global.
4. Averigüe si las empresas desarrollan actividades de deslocalización, outsourcing internacional, offshoring, etc.

Evaluación:

El peso de esta actividad sobre la calificación total es del 5%.

Procedimiento de entrega:

Subir el informe final a la actividad abierta en el Campus virtual en formato Word y con un máximo de cuatro páginas. La entrega de la actividad se hará antes de las 23h59min del domingo de la semana de entrega a través de campus virtual y utilizando la herramienta antiplagio Turnitin. En el plazo de 1-2 semanas la persona tutora asignada a cada estudiante evaluará la entrega de acuerdo con la rúbrica y hará llegar a los estudiantes los comentarios pertinentes.

Actividad grupal – Unidad 1: Elaboración de un informe completo sobre internacionalización global con introducción de ejemplos.

Objetivos:

Los objetivos de aprendizaje a alcanzar en esta actividad son:

- Realizar un informe exhaustivo sobre las características de la estrategia de internacionalización global.
- Buscar ejemplos sobre cada uno de los aspectos estudiados en la Unidad.

Enunciado:

En esta actividad se aplicarán los conceptos estudiados a lo largo de la materia.

Una vez se hayan formado los grupos de trabajo (máximo cuatro estudiantes por grupo), cada grupo realizará un informe global de la materia en el que incluya ejemplos justificados de cada uno de los ítems estudiados en los 6 temas de la Unidad. No se podrán repetir ejemplos introducidos en los temas de la Unidad ni en las Actividades Individuales.

El informe final debe incluir una justificación de cada ejemplo aportado basada en los conceptos estudiados, con un adecuado análisis y razonamiento.

Los ejemplos justificados deberán aportarse al menos sobre los siguientes apartados:

- Concepto de internacionalización avanzada y modalidades.
- Modelos organizativos de empresa global.
- Enfoques estratégicos de empresa global.
- Marketing global.
- Fuerzas de empuje y de retención.
- Marcas globales.

- Cadenas de Valor Global.
- Innovación y globalización.

Evaluación:

El peso de esta Actividad Aplicativa Trabajo en grupo sobre la calificación total de la materia será de 10%.

Procedimiento de entrega:

Subir el informe final al Campus Virtual, en formato PDF y con un máximo de 10 páginas. La entrega de la actividad se hará antes de las 23h59min del domingo de la semana de entrega a través de campus virtual y utilizando la herramienta antiplagio Turnitin. En el plazo de 1-2 semanas la persona tutora asignada a cada estudiante evaluará la entrega de acuerdo con la rúbrica y hará llegar a los estudiantes los comentarios pertinentes.

Actividad individual nº1 – Unidad 2: Fiscalidad Internacional

Objetivos:

Los objetivos de aprendizaje a alcanzar en esta actividad son:

- Aplicar los conocimientos desarrollados en el tema 2 de esta Unidad.
- Búsqueda e identificación de información relevante sobre la materia.
- Profundizar en los conceptos vistos en la Unidad.

Enunciado:

El alumno deberá investigar, aportar y analizar ejemplos concretos de aplicación de la fiscalidad internacional:

1. Identifique los países con los que EE.UU. ha firmado convenios de doble imposición.
2. Busque la lista actualizada de paraísos fiscales para el gobierno de España.
3. Aporte un ejemplo de conflicto internacional relacionado con los precios de transferencia.
4. Aporte el ejemplo de una empresa que se haya beneficiado de la eliminación de la doble imposición internacional.

Evaluación:

El peso de esta actividad sobre la calificación total es del 5%.

Procedimiento de entrega:

Subir el informe final a la actividad abierta en el Campus virtual en formato Word y con un máximo de cuatro páginas. La entrega de la actividad se hará antes de las 23h59min del domingo de la semana de entrega a través de campus virtual y utilizando la herramienta antiplagio Turnitin. En el plazo de 1-2 semanas la persona tutora asignada a cada estudiante evaluará la entrega de acuerdo con la rúbrica y hará llegar a los estudiantes los comentarios pertinentes.

Actividad individual nº2 – Unidad 2: La internacionalización global de las empresas innovadoras.

Objetivos:

Los objetivos de aprendizaje son:

- Aplicar los conocimientos desarrollados en los diferentes temas de esta Unidad a casos prácticos y concretos.
- Aprender a investigar casos concretos de empresas internacionalizadas.
- Analizar los modelos de internacionalización avanzada encontrados.
- Comparar distintas realidades empresariales dentro del ámbito de la internacionalización avanzada.

Enunciado:

El alumno deberá identificar tres empresas cuya sede social se encuentre en Silicon Valley (California, área de San Francisco), distintas a las analizadas en la Unidad. Deberá redactar un informe comparativo de un máximo de 4 páginas en el que abordará las siguientes cuestiones:

1. Compare la presencia internacional de las tres empresas en los mercados internacionales.
2. Explique sus respectivos modelos de internacionalización, similitudes y diferencias.
3. Explique en qué medida abordan el negocio de manera global en cada caso y en qué basan su respectiva propuesta de valor global.
4. Averigüe si las empresas desarrollan actividades de deslocalización, outsourcing internacional, offshoring, etc.

Evaluación:

El peso de esta actividad sobre la calificación total es del 5%

Procedimiento de entrega:

Subir el informe final a la actividad abierta en el Campus virtual en formato Word y con un máximo de cuatro páginas. La entrega de la actividad se hará antes de las 23h59min del domingo de la semana de entrega a través de campus virtual y utilizando la herramienta antiplagio Turnitin. En el plazo de 1-2 semanas la persona tutora asignada a cada estudiante evaluará la entrega de acuerdo con la rúbrica y hará llegar a los estudiantes los comentarios pertinentes.

Actividad individual (Caso) – Unidad 2: Caso BBVA

Objetivos:

Los objetivos de aprendizaje a alcanzar en esta actividad son:

- Aplicar los conocimientos desarrollados en los diferentes temas de esta Unidad a un caso particular.
- Aprender a investigar casos concretos de empresas internacionalizadas.
- Analizar el modelo de internacionalización avanzada desde todos los puntos de vista estudiados en la Unidad.

Enunciado:

El alumno deberá analizar el caso de la internacionalización de la entidad financiera BBVA, de la que encontrará múltiples fuentes de información cualificada en internet. Haciendo uso de la información disponible, deberá elaborar un informe que responda a las siguientes cuestiones:

1. Describir la internacionalización de BBVA: historia, pasos que ha seguido en el proceso, países que ha ido abordando sucesivamente con justificación de su elección.
2. Razonar hasta qué punto la empresa aplica marketing internacional o marketing global.
3. Describir el modelo de gestión de la internacionalización de la empresa y su modelo organizativo internacional.
4. Describir su modelo de marketing y cómo le afectan en particular las fuerzas de empuje y de retención.
5. Analizar su política de marca a nivel internacional y su valor de marca en los rankings.
6. Describir su participación en las cadenas globales de valor en caso de que lo haga.
7. Identificar el nivel y actividades de innovación en la empresa y su impacto en su proceso de internacionalización.
8. Buscar algún ejemplo de participación de la empresa a nivel financiero en algún proyecto EPC/EPCM en el exterior.
9. Identifique algún caso posible de outsourcing/offshoring de la empresa a nivel internacional, así como el impacto de la fiscalidad internacional en sus actividades, tanto a nivel de doble imposición, como de precios de transferencia o en su política de expatriados.
10. Identifique aspectos o ejemplos que hayan influido de manera particular en la empresa motivados por su actuación en países con diversas culturas.

Evaluación:

El peso de esta actividad sobre la calificación total es del 15%.

Procedimiento de entrega:

Subir el informe final a la actividad abierta en el Campus virtual en formato Word y con un máximo de veinte páginas. La entrega de la actividad se hará antes de las 23h59min del domingo de la semana de entrega a través de campus virtual y utilizando la herramienta antiplagio Turnitin. En el plazo de 1-2 semanas la persona tutora asignada a cada estudiante evaluará la entrega de acuerdo con la rúbrica y hará llegar a los estudiantes los comentarios pertinentes.

Actividad Grupal – Unidad 2: Elaboración de un informe completo sobre internacionalización global con introducción de ejemplos

Objetivos:

Los objetivos de aprendizaje a alcanzar en esta actividad son:

- Realizar un informe exhaustivo sobre las características de la estrategia de internacionalización global.
- Buscar ejemplos sobre cada uno de los aspectos estudiados en la Unidad.

Enunciado:

En esta actividad se aplicarán los conceptos estudiados a lo largo de la materia.

Una vez se hayan formado los grupos de trabajo (máximo cuatro estudiantes por grupo), cada grupo realizará un informe global de la materia en la que incluya ejemplos justificados de cada uno de los ítems estudiados en los 6 temas de la Unidad. No se podrán repetir ejemplos introducidos en los temas de la Unidad ni en las Actividades Individuales.

El informe final debe incluir un resumen sintético de los conceptos más importantes de cada una de las temáticas estudiadas junto con ejemplos de aplicación de cada una de ellas (empresas, estrategias, marcas, etc.) debidamente desarrollados, analizados y justificados.

Evaluación:

El peso de esta Actividad Aplicativa Trabajo en grupo sobre la calificación total de la materia será de 10%.

Procedimiento de entrega:

Subir el informe final al Campus Virtual, en formato PDF y con un máximo de 10 páginas. La entrega de la actividad se hará antes de las 23h59min del domingo de la semana de entrega a través de campus virtual y utilizando la herramienta antiplagio Turnitin. En el plazo de 1-2 semanas la persona tutora asignada a cada estudiante evaluará la entrega de acuerdo con la rúbrica y hará llegar a los estudiantes los comentarios pertinentes.

RÚBRICAS DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES

1. Actividad Individual Unidad 1

RUBRICAS			
Busca empresas representativas que ejemplifiquen bien el aspecto a estudiar.		Haz una buena comparación.	
Haz un buen análisis del modelo.		Identifica correctamente el enfoque estratégico y de marketing según los conceptos estudiados en la Unidad.	
Sé analítico y creativo.			

Porcentajes de similitud entre el trabajo y los documentos publicados en la literatura superiores al 20% en la herramienta antiplagio Turnitin pueden conllevar la calificación de la actividad con un cero.

2. Actividad individual nº 2 Unidad 1

RUBRICAS	
Identifica empresas representativas y conocidas.	
Haz una buena comparativa de su presencia internacional: similitudes y diferencias, así como de los otros items a comparar en las preguntas.	
Haz una buena investigación sobre la presencia internacional de las empresas y sobre los temas preguntados para justificar bien tus análisis.	

Porcentajes de similitud entre el trabajo y los documentos publicados en la literatura superiores al 20% en la herramienta antiplagio Turnitin pueden conllevar la calificación de la actividad con un cero.

3. Actividad grupal – Unidad 1

RUBRICAS	
Identifica ejemplos muy claros de cada uno de los aspectos que se preguntan.	
Haz una buena justificación de porqué crees que los ejemplos se ajustan a cada concepto estudiado. •	
Intenta decir sobre cada ejemplo no solo porqué encaja en un concepto, sino también porqué no encaja en el contrario o alternativo.	

Porcentajes de similitud entre el trabajo y los documentos publicados en la literatura superiores al 20% en la herramienta antiplagio Turnitin pueden conllevar la calificación de la actividad con un cero.

4. Actividad individual nº 1 Unidad 2

RUBRICAS	
Intenta demostrar claramente porqué cada ejemplo encaja en una modalidad u otra, de manera argumentada y analítica	
Intenta justificar todas tus aseveraciones con datos.	
Sé creativo.	

Porcentajes de similitud entre el trabajo y los documentos publicados en la literatura superiores al 20% en la herramienta antiplagio Turnitin pueden conllevar la calificación de la actividad con un cero.

5. Actividad individual nº 2 Unidad 2

RUBRICAS	
Identifica la información e introdúcela de manera clara, exacta y precisa.	
Justifica que los ejemplos aportados encajan con lo solicitado.	
Argumenta adecuadamente cada aseveración.	

Porcentajes de similitud entre el trabajo y los documentos publicados en la literatura superiores al 20% en la herramienta antiplagio Turnitin pueden conllevar la calificación de la actividad con un cero.

6. Caso Práctico Unidad 2

RUBRICAS			
Sé exhaustivo.		Aporta sólo información relevante.	
Utiliza información de calidad, en fuentes solventes.		Analiza y justifica bien cada aspecto.	
Correlaciona adecuadamente los contenidos vistos en los temas y la información obtenida.			

Porcentajes de similitud entre el trabajo y los documentos publicados en la literatura superiores al 20% en la herramienta antiplagio Turnitin pueden conllevar la calificación de la actividad con un cero.

7. Actividad grupal – Unidad 2

RUBRICAS	
Sé exhaustivo.	
Evita generalidades.	
Aplica las diferencias de manera personalizada para el ejemplo de empresa indicado.	
Intenta comparar las diferencias entre cada cultura.	

Porcentajes de similitud entre el trabajo y los documentos publicados en la literatura superiores al 20% en la herramienta antiplagio Turnitin pueden conllevar la calificación de la actividad con un cero.

REGLAMENTO PLAGIO

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.

Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las pruebas de evaluación, tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo, en el expediente académico.