



Dirección y  
administración de  
Organizaciones  
Transnacionales,  
Empresas, ONG's y  
Think Tanks /  
Management and  
Administration of  
Transnational  
Organizations,  
Companies, NGO's and  
Think Tanks

**Master en Relaciones  
Internacionales**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Dirección y Administración de Organizaciones Transnacionales:  
Empresas, ONG's y Think Tanks / Management and Administration of Transnational  
Organizations: Companies, NGOs and Think Tanks

**Titulación:** Máster en Relaciones Internacionales

**Curso Académico:** 2021-2022

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Castellano /Inglés

**Modalidad:** Presencial/ A distancia

**Créditos:** 3

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Prof. D. Adolfo Jiménez Reguillo

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

##### Competencias básicas

CB1 Que los estudiantes sepan poseer y comprender los conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 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 generales

CG1.- El alumno debe adquirir conocimientos actualizados sobre las Relaciones Políticas, Económicas y Sociales a nivel internacional.

CG2.- El alumno debe ser capaz de entender de forma sistemática conceptos complejos, la información relevante, su contexto y cómo aplicarla a situaciones específicas, teniendo en cuenta cómo afecta a los diferentes actores y agentes de cada situación.

CG3.- El alumno debe dominar las técnicas avanzadas que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.

CG4.- El alumno debe ser capaz de comprender y tratar situaciones y argumentos complejos de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.

CG5.- El alumno debe ser capaz de comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.

CG6.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos.

CG7.- El alumno debe ser capaz de desempeñar diferentes roles dentro de un equipo.

CG8.- El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio y debe tener la habilidad necesaria para gestionarlo.

CG9.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable.

CG10.- El alumno debe ser capaz de aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación.

### **Competencias específicas**

CE31. Capacidad para gestionar intereses y posturas en negociaciones internacionales.

CE33. Capacidad para gestionar equipos multidisciplinares y multiculturales en el entorno empresarial transnacional.

CE43. Capacidad para obtener un conocimiento profundo de distintos aspectos clave de las Relaciones Internacionales como seguridad y terrorismo, derechos humanos y cooperación internacional.

CE44. Capacidad de analizar y gestionar los intereses y motivaciones de las organizaciones privadas que interactúan en el ámbito de las Relaciones Internacionales.

CE45. Capacidad para conocer la estructura y dirección de una Organización Internacional.

CE46. Capacidad para entender y comprender las características distintivas de los think tanks, y de las ongs.

CE47. Capacidad para gestionar los intereses de los diferentes tipos de Organizaciones Internacionales privadas

CE48. Capacidad para entender la lógica de las intervenciones internacionales en cuanto a la protección de los derechos humanos en contextos transnacionales.

CE49. Capacidad para entender los flujos y dinámicas de las finanzas internacionales y para conocer a los diferentes agentes económicos, sus intereses y modos de acción en el sector del mercado de capitales.

CE50. Capacidad para comprender y gestionar crisis de alcance internacional desde organizaciones transnacionales.

CE51. Capacidad para entender las problemáticas específicas del terrorismo, de los conflictos de intereses derivados del mercado energético, de los flujos migratorios y las crisis humanitarias, de las crisis medioambientales y de las catástrofes naturales o aquéllas producidas por el hombre.

CE52. Capacidad de conocer y aplicar los protocolos metodológicos internacionales de la cooperación internacional: mecanismos de financiación, de control, de seguimiento y de evaluación.

CE53. Capacidad para gestionar las necesidades institucionales en el ámbito de la cooperación, así como las necesidades locales de los ámbitos de aplicación e intervención.

CE54. Capacidad para aplicar estrategias de marketing y comunicación en un contexto global.

CE56. Capacidad para incorporar el uso de las TICs en la organización y gestión del trabajo, así como en la creación de estrategias de marketing y comunicación digital.

CE57. Capacidad para comprender los cambios de paradigma comunicacional en la era de la sociedad digital y los problemas contemporáneos derivados de la era digital: brecha digital.

## **2. CONTENIDOS**

### **2.1. Requisitos previos**

Haber cursado las materias iniciales de Análisis Avanzado del Sistema Internacional y Economía Global.

### **2.2. Descripción de los contenidos**

Esta materia aborda el conocimiento de las herramientas propias de la gestión y administración de organizaciones que operan en ámbitos transnacionales y su papel en las relaciones internacionales. La proliferación de agentes no-gubernamentales en las Relaciones Internacionales ha multiplicado la necesidad de personal altamente

qualificado y especializado con conocimientos de gestión de la diversidad y la interculturalidad en ambientes privados, ya sean empresas, think tanks, lobbies u ongs.

El conocimiento de sus peculiaridades, sus diferentes estrategias, posicionamientos y ámbitos de actuación concentrarán la primera parte de la materia y permitirán profundizar en las herramientas propias de la gestión a nivel transnacional en un contexto global, sus diferentes composiciones y relaciones económicas y sus modos de interacción con los diferentes agentes gubernamentales.

This subject is focused on management and administration tools of organizations that operate in transnational environments and their role in international relations. The proliferation of non-governmental agents in the field of International Relations has multiplied a demand for highly qualified and specialized personnel with knowledge of diversity and intercultural management in private environments, whether they are companies, think tanks, lobbies or NGOs.

The knowledge of their singularities, different strategies, positions and fields of action will concentrate the first part of the subject and will allow to deepen in tools of management at a transnational level in a global context, their different compositions and economic relations and their ways of interaction with the different governmental agents

### 2.3. Contenido detallado

Parte 1. Elementos del modelo: Empresas, Think Tanks, ONG's y tendencias actuales

Empresas Locales, Internacionales, Multinacionales, Globales y Transnacionales. Think Tanks  
Ong's  
Tendencias empresariales actuales.

Parte 2. Modelos de Dirección de Organizaciones y de Estrategia y mecanismos formales.

Desarrollo de Negocio (CANVAS).  
Bases de dirección de Organizaciones o Plan Estratégico  
- Generación de Valor o Presupuestos.  
- Relación/Comunicación con shareholders (caso de las empresas).  
-Seguimiento de la actividad.  
-Órganos de gestión y gobierno corporativo en la empresa trasnacional - Contexto de Gestión  
- Adaptación a entidades sin ánimo de lucro ONG's y Think Tanks Las organizaciones en la regulación e instrumentos internacionales:  
-Acuerdos, o Litigación, o Arbitraje  
-Organismos supranacionales.  
-El caso específico de la Unión Europea

Parte 3. Dinámica de las relaciones Empresas, ONG's, Think Tanks. El modelo de diplomacia corporativa y capital relacional: la gestión del diálogo.

El modelo de gestión de stakeholders y de grupos de interés.

Posicionamiento. La Responsabilidad Social Corporativa.

Gestión de la

Reputación y Marca.

Lobby

El triángulo Think Tanks, ONG y Empresas: ONG y Think tanks como grupos de interés de las empresas. El triángulo representación, intereses e influencia.

Parte 4. Diplomacia Corporativa.

Ensayo final

Part 1. Elements of systems: Companies, Think Tanks, NGOs and current trends

Local, International, Multinational, Global and Transnational Companies.

Think Tanks

Ong's

Current business trends.

Part 2. Models of Organization Management and Strategy and formal mechanisms.

Business Development (CANVAS).

Bases of Organization Management or Strategic Plan

-Generation of Value or Budgets.

-Relationship/Communication with shareholders (in the case of companies).

-Monitoring of the activity.

-Management bodies and corporate governance in the transnational company -Management context

- Adaptation to nonprofit organizations NGOs and Think Tanks  
Organizations in the regulation and international instruments: Agreements, or Litigation, or Arbitration

-Supranational bodies.

-The specific case of the European Union

Part 3. Dynamics of relations Companies, NGO's, Think Tanks. The model of corporate diplomacy and relational capital: dialogue management.

-The stakeholder and interest group management model. Positioning.  
Corporate Social Responsibility.

-Reputation and Brand Management. Lobby

-The triangle Think Tanks, NGOs and Businesses: NGOs and Think Tanks

<p>as corporate stakeholders. The triangle of representation, interests and influence</p> <p>Part 4. Corporate Diplomacy.</p> <p>Final essay</p>

## 2.4. Actividades formativas

La asignatura forma parte de la materia Administración de empresas y organizaciones internacionales (Itinerario 1), y abarca 3 del total de 15 ECTS de la materia.

### Modalidad presencial:

Teoría: Lección magistral y seminarios. Esta materia aborda un itinerario de especialización orientado a la gestión de las relaciones internacionales desde el ámbito privado: sus actores, sus herramientas y sus ámbitos de acción. (6 ECTS / 150 horas 100%) Competencias CB 1, CB 2, CB 3, CG 1, CG 2, CG 3, CG 5 y CG 8.

Práctica: Mediante estudios del caso y resolución de ejercicios y problemas se aplicarán los conocimientos y destrezas adquiridos en la parte teórica de la asignatura. En este caso la aplicación práctica es de suma relevancia, ya que el conocimiento teórico no asegura un manejo de las normas, usos, estrategias y aplicaciones. (6 ECTS / 150 horas 50%) Competencias CB 1, CB 2, CB 3, CG 2, CG 3, CG 4, CG 5, CG 6, CG 7, CG 8, CG 9 y CG 10.

Trabajo personal: (3 ECTS / 75 horas 0%) Competencias CG 1, CG 2, CG 3, CG 4, CG 5, CG 6, CG 7, CG 8, CG 9 y CG 10.

### Modalidad a distancia:

Teoría: Lecciones magistrales y seminarios en línea a través del Campus Virtual. Esta materia aborda un itinerario de especialización orientado a la gestión de las relaciones internacionales desde el ámbito privado: sus actores, sus herramientas y sus ámbitos de acción. (6 ECTS / 150 horas / 0% de presencialidad). Competencias CB 1, CB 2, CB 3, CG 1, CG 2, CG 3, CG 5 y CG 8.

Práctica: A través del Campus Virtual se plantearán casos prácticos y ejercicios a resolver a distancia aplicando los conocimientos y destrezas adquiridos en la parte teórica de la asignatura. Los ejercicios prácticos asegurarán, por medio de recursos en línea, la adquisición de la familiaridad con los usos y estrategias de las empresas y organizaciones internacionales (6 ECTS / 150 horas / 0% de presencialidad).

Competencias CB 1, CB 2, CB 3, CG 2, CG 3, CG 4, CG 5, CG 6, CG 7, CG 8, CG 9 y CG 10.

Trabajo personal: este trabajo se realizará a distancia y podrá ser objeto de seguimiento por parte del profesor a través de la participación en foros y debates (3 ECTS / 75 horas) Competencias CG 1, CG 2, CG 3, CG 4, CG 5, CG 6, CG 7, CG 8, CG 9 y CG 10.

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

#### 3.2. Criterios de evaluación

##### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	20%
Presentación de trabajos y proyectos ( Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Examen final o trabajo final presencial	60%
Participación en las actividades programadas	10%
Presentación de trabajos y proyectos ( Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%

##### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial



Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Examen final o trabajo final presencial	70%
Presentación de trabajos y proyectos ( Prácticas individuales y equipo)	30%

### 3.3. Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolera en ningún caso el plagio o copia. Se considera plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará **Falta Grave** y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

Arroyo Varela, S. (2005). Inteligencia competitiva: una herramienta clave en la estrategia empresarial. Madrid:Ediciones Pirámide.

Conclusiones: Mejores prácticas de Inteligencia Competitiva en empresas Españolas. PUZZLE Revista Hispana de la Inteligencia Competitiva - Febrero 2005

Bové, José: Hold-up à Bruxelles - Les lobbies au coeur de l'Europe. LA DECOUVERTE EDITIONS

Coen, David and Richardson, Jeremy: Lobbying the European Union: institutions, actors, and issues. Oxford University Press  
Curto Díaz, J. (2010) Introducción al Business Intelligence. Barcelona:Editorial UOC

Desselas Stéphane : Les règles d'or du lobbying. Du Palio Editions.

Davenport, T. y Harris, J. (2009). Competing in Analytics (En español de la Harvard Business School Press). México: Alfaomega

Egea Medrano, Manuel A., Parra Meroño, M<sup>a</sup> Concepción y Fernández de Bobadilla, Gonzalo W. Diplomacia Corporativa. Ed. Pirámide. Madrid, 2017

Howson, C. (2009). Business intelligence: estrategias para una implementación exitosa. México:McGraw Hill

Hurd, M. (2008). La información como ventaja competitiva: el factor valor. México: Panorama.

Journal of Competitive Intelligence and Management. Published/Hosted by Society of Competitive Intelligence Professionals. (bajo suscripción) [www.scip.org](http://www.scip.org)

Kahaner, L. (1996) Competitive Intelligence. Simon&Schuster

Martins Lampreia, J. Lobby, Ética, técnica y aplicación. Ed. Texto Editores. Lisboa, 2006

Méndez del Río, L. (2006). Más allá del business intelligence: 16 experiencias de éxito.

Barcelona:Planeta DeAgostini.

Porter, M. (1985). Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: FreePress

Sharp, S. (2000). "Truth or Consequences: 10 Myths that Cripple Competitive Intelligence,"

Competitive Intelligence. Magazine 3(1): 37-40.

Schwab Foundation (2012) The Governance of Social Enterprises. Managing Your organization for Success. June 2012.

Vitt, E., Luckevich, M., Misner, S. (2003). Business intelligence: Técnicas de análisis para la toma de decisiones estratégicas. McGraw-Hill.

Xifra, Jordi. Lobbying. Como influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas.  
Editorial Gestión 2000.

Yoffie, D. B. and Kwak, M. (2001). Judo Strategy: Turning Your Competitors' Strength to Your Advantage. Boston:Harvard Business School Press.

Lecturas (documentos remitidos en PDF):

- La toma de decisiones en la empresa ante la incertidumbre política
- El papel de la Inteligencia Económica / Empresarial
- Eficiencia para el impacto social. ONG's que mejoran su impacto.
- Los think tanks y advocacy tanks como actores de la comunicación política
- Guía lobby de la OIT
- What Every CEO needs to know about nonmarket strategy. David Bach y Dave Bruce Allen