



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

**ÁREAS Y MERCADOS-OPORTUNIDADES EN
EL ÁMBITO INTERNACIONAL**

**TÍTULO UNIVERSITARIO SUPERIOR
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

CURSO ACADÉMICO 2022-2023

ÍNDICE

RESUMEN	3
DATOS DEL PROFESORADO	3
REQUISITOS PREVIOS	3
COMPETENCIAS	4
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	4
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA	4
ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA	5
ESCENARIO B – SUSPENSIÓN COMPLETA DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL.....	7
BIBLIOGRAFÍA	9

RESUMEN

Centro	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas (ESCOEX)		
Titulación	Título Universitario Superior en Negocios Internacionales		
Asignatura	Áreas y Mercados-Oportunidades en el Ámbito Internacional	Código	F1C1P05002
Carácter	Obligatoria		
Curso	1		
Semestre	2º		
Créditos ECTS	3		
Lengua de impartición	Castellano		
Curso académico	2022-2023		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Nicolás Afonso Suárez
Correo electrónico	Nicolas.afonso@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	828.019.019
Tutorías	<p>Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario.</p> <p>Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.</p>

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

COMPETENCIAS

- Comprender el significado de globalización e internacionalización en el marco empresarial.
- Entender la importancia del marketing global
- Interiorizar cómo afecta los diferentes entornos, políticos, económicos, etc, en la actividad empresarial
- Aprender sobre la selección de mercados, la expansión de los mismos y los tipos de empresas existentes.
- Adquirir conocimientos básicos sobre cómo hacer negocios en diferentes localizaciones mundiales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Aprenderá los conocimientos de introducción a la internacionalización y globalización.
- El alumno deberá ser capaz de identificar los diferentes tipos de mercados.
- Conocerá los elementos adecuados para valorar en qué mercados introducir su servicio o producto.
- Desarrollará las competencias para analizar y realizar planes de acción para la introducción de la empresa en diferentes áreas y mercados.
- Será capaz de analizar la competencia y sus estrategias.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Áreas y mercados internacionales

- Identificar y explicar conceptos clave del entorno de teorías de internacionalización.
- Identificar las diferentes tipologías de mercado
- Explicar los motivos y motivos detrás de la estrategia de internacionalización.
- Encontrar y usar datos relevantes en el análisis de cómo ingresar en los mercados internacionales.
- Explicar las razones detrás de una selección de mercado.
- Reconocer las características de negociación de los países desarrollados y emergentes.

ÁREAS Y MERCADOS INTERNACIONALES_ TEMARIO

TEMA I. INTRODUCCIÓN AL ENTORNO INTERNACIONAL

- A. INTRODUCCIÓN A LA GLOBALIZACIÓN
- B. NIVELES DE GLOBALIZACIÓN
- C. CONTROLADORES DE GLOBALIZACIÓN
- D. TIPO DE MERCADO
- E. ¿LA EMPRESA DEBERÍA INTERNACIONALIZARSE?

- F. DESARROLLO DEL CONCEPTO DE 'MARKETING GLOBAL', (MIS) Y WEB 2.0
- G. LA CADENA DE VALOR COMO MARCO PARA IDENTIFICAR A LOS COMPETIDORES INTERNACIONALES

TEMA II. EL ENTORNO POLÍTICO Y ECONÓMICO

- A. INTRODUCCIÓN
- B. EL ENTORNO POLÍTICO, LEGISLATIVO Y ECONÓMICO
- D. LA UNIÓN EUROPEA
- E. BRICS
- F. LA PIRÁMIDE INFERIOR, “BOTTOM PYRAMID” (BOP), COMO UNA OPORTUNIDAD DE MERCADO

TEMA III. LOS PROCESOS DE SELECCIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES

- A. INTRODUCCIÓN
- B. SELECCIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL: PYME VS. LSE
- C. CONSTRUYENDO UN MODELO PARA LA SELECCIÓN DEL MERCADO INTERNACIONAL
- D. ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN DEL MERCADO
- E. LA CARTERA MUNDIAL DE PRODUCTOS

TEMA IV. HACER NEGOCIOS CON:

- A. EUROPA
- B. ORIENTE MEDIO
- C. ASIA
- D. AMÉRICA (ESTADOS UNIDOS Y AMÉRICA LATINA)

ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA (MEMORIA VERIFICADA)

METODOLOGÍA

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje on-line.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lección magistral	27 horas
Tutorías	3 horas
Trabajo en equipo	
Trabajo autónomo	
Actividades prácticas	

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

	% CALIFICACIÓN FINAL
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	80%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	20%

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final, es necesario superar cada apartado de la evaluación con una nota mínima igual a 5.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 60% de la nota final.
- (b) Ejercicio práctico que consistirá en analizar el desarrollo internacional de una empresa en relación a los conceptos aprendidos: 40% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas a la presente guía docente.

ESCENARIO B – SUSPENSIÓN COMPLETA DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL

METODOLOGÍA

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje on-line.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.

La asignatura se desarrollará telemáticamente debido a la imposibilidad de hacerlo presencialmente. Para ello se hará uso del campus virtual y las herramientas de clases online con los que cuenta la Universidad como Webex, totalmente integrado en el campus virtual del alumno.

Estas herramientas permiten descargar los contenidos para los alumnos, asistir a videollamadas para las clases online planificadas en el mismo horario planificado para la docencia presencial, así como la posibilidad de establecer foros para dudas. Además, se cuenta con un espacio para programar las tareas a los alumnos. Los contenidos de la asignatura se impartirán con los medios indicados para cumplir lo especificado en esta guía y en la memoria del grado.

Aparte de lo indicado anteriormente los docentes y alumnos al disponer de un correo institucional de Office 365 tienen la posibilidad de utilizar la aplicación “Microsoft Teams”, que mejorará también el apoyo a la actividad docente en modo remoto

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lección magistral	27 horas
Tutorías	3 horas
Trabajo en equipo	
Trabajo autónomo	
Actividades prácticas	

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

	% CALIFICACIÓN FINAL
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	60%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	40%

La realización del examen presencial, que pasará a realizarse vía online si las condiciones para realizarlo presencial no fuesen posibles. La entrega de trabajos se realizará a través del campus virtual, en las tareas habilitadas para ello por el docente. Si el trabajo incluye la presentación oral, el alumno podrá realizarla a través de los medios descritos anteriormente. Estos criterios quedarán a elección del docente. Todos los trabajos y prácticas se entregarán a través del campus virtual, siendo evaluados y dando *feedback* al alumno desde la plataforma.

La asistencia y participación se evaluará teniendo en cuenta la asistencia y participación de los alumnos a las clases online. Las clases telemáticas se impartirán en el mismo horario en el que se celebraban las clases presenciales.

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final, es necesario superar cada apartado de la evaluación con una nota mínima igual a 5.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 60% de la nota final.
- (b) Ejercicio práctico que consistirá en analizar el desarrollo internacional de una empresa en relación a los conceptos aprendidos: 40% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas a la presente guía docente.

BIBLIOGRAFÍA

- **Básica**
 - No requerido
- **Complementaria**
 - **Plan de internacionalización con estilo Canvas. Dr. José María Sánchez.**
 - **Comercio Internacional Robert C. Feenstra y Alan M. Taylor**
 - **Lectura de Autores:**

- Michael Porter
 - Gregorio Cristóbal Carlé
 - Gonzalo J. Boronatroxana
 - Philip Kotler
 - Laura Fisher y Jorge Espejo
-
- Recursos web:
 - Internacionalización de la empresa Española. <https://www.camara.es/>
 - Guías de servicios para la internacionalización. <https://www.mineco.gob.es/>
 - Consejos para la internacionalización. <https://www.pymesyautonomos.com/>
 - Estrategias de marketing global. <https://rockcontent.com/>
 - Globalización, cadena de valor y comercio de servicios. <https://agendapublica.es/>
 - <http://blognewdeal.com/>
 - https://europa.eu/european-union/index_es