



UNAM

UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO

# Guía Docente

Áreas y Mercados – Oportunidades en el  
Ámbito Internacional

**Título Universitario Superior en Negocios  
Internacionales**

MODALIDAD PRESENCIAL

*Curso Académico* | 2024-2025 |

## Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

## RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Título Universitario Superior en Negocios Internacionales
Asignatura	Áreas y Mercados – Oportunidades en el Ámbito Internacional
Carácter	Formación Obligatoria
Curso	4º
Semestre	1
Créditos ECTS	3
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

## DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Pedro J. Monzón Cabrera
Correo Electrónico	pedro.monzon@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

## REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

## RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### Competencias:

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- 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.
- 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

Los contenidos de la asignatura se desarrollarán por medio del siguiente programa:

#### 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**

- 1.1. LA GLOBALIZACIÓN
- 1.2. TIPO DE MERCADO
- 1.3. ¿LA EMPRESA DEBERÍA INTERNACIONALIZARSE?
  - 1.3.1. LA IMPORTANCIA DEL DIAGNÓSTICO DE INTERNACIONALIZACIÓN
  - 1.3.2. ANÁLISIS DAFO Y ANÁLISIS PESTEL
- 1.4. LA REALIDAD DE CANARIAS. PRINCIPALES SECTORES Y MERCADOS
- 1.5. COMPETITIVIDAD DE UNA EMPRESA. IMPORTANCIA DE LA CADENA DE VALOR
- 1.6. EL MARKETING INTERNACIONAL
- 1.7. ACTIVIDADES TI

### **TEMA II. MERCADOS ESTRATÉGICOS PARA CANARIAS**

- 2.1. EL CONTEXTO DE LA ECONOMÍA CANARIA
  - 2.1.1. ENTORNO GLOBAL
  - 2.1.2. LA ECONOMÍA ESPAÑOLA
  - 2.1.3. POTENCIAL DEL MERCADO CANARIO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN
- 2.2. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA CANARIA
  - 2.2.1. OBJETIVOS GLOBALES Y ESPECÍFICOS
  - 2.2.2. DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA EXPORTACIÓN
  - 2.2.3. DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA ATRACCIÓN DE INVERSIONES
- 2.3. MERCADOS ESTRATÉGICOS
- 2.4. ACTIVIDADES TII

### **TEMA III. SELECCIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES Y FORMAS DE ENTRADA**

- 3.1. PROCESO DE SELECCIÓN DE MERCADOS
  - 3.1.1. PYME VS GRAN EMPRESA
  - 3.1.2. PROCESO DE SELECCIÓN DE MERCADOS
- 3.2. FORMAS DE ENTRADA

- 3.2.1. EXPORTACIÓN DIRECTA
- 3.2.2. EXPORTACIÓN INDIRECTA
- 3.2.3. ACUERDOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL
- 3.2.4. IMPLANTACIÓN EN EL EXTERIOR
- 3.2.5 VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DE LA FORMA DE LA FORMA DE ENTRADA
- 3.3. DECISIONES SOBRE EL MARKETING – MIX INTERNACIONAL DE LA ENTRADA EN UN MERCADO
  - 3.3.1. DECISIONES SOBRE EL PRODUCTO
  - 3.3.2. DECISIONES SOBRE EL PRECIO
  - 3.3.3. DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN
  - 3.3.4 DECISIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN
- 3.4. ACTIVIDADES TIII

#### **TEMA IV. NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

- 4.1. ALGUNOS ASPECTOS DE LA NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL
- 4.2. ASPECTOS QUE SE NEGOCIAN
- 4.3. ETAPAS DEL PROCESO DE NEGOCIACIÓN
- 4.4 ESTILOS DE NEGOCIACIÓN POR ÁREAS GEOGRÁFICAS
  - 4.1.1. EUROPA
  - 4.4.2. AMÉRICA DEL NORTE (EE. UU. Y CANADÁ)
  - 4.4.3. AMÉRICA LATINA
  - 4.4.4. ASIA
  - 4.4.5. PAÍSES ÁRABES
  - 4.4.6 ÁFRICA
- 4.5. ACTIVIDADES TEMA IV

### **CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA**

#### **Tema 1.**

Semanas 1-2.

#### **Tema 2.**

Semanas 3-4.

#### **Tema 3.**

Semanas 5-6.

#### **Tema 4.**

Semanas 7-8.

## RECOMENDACIONES

- Recomendación para realizar la actividad 1, semana 2
- Recomendación para realizar la actividad 2, semana 4
- Recomendación para la realizar la actividad 3, semana 6
- Recomendación para la realizar la actividad 4, semana 8
- Recomendación para realizar los foros, desde la semana 2 hasta la semana 8.

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

## **METODOLOGÍA**

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

## **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Lección magistral	27 horas
Tutorías	3 horas

*Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% exceptuando el trabajo autónomo del alumno.*

## EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Exámen	60%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	30%
Asistencia y participación	10%

### Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

- 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. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

### Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

**Examen final teórico-práctico** que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 60% de la nota final.

**Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura:**30% de la nota final.

**Participación activa:** 10%

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final. |

## BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- | 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

### Complementaria

- 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](https://europa.eu/european-union/index_es) |