



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

**GUÍA DOCENTE**

**ESTRATEGIAS DE ACCESO A MERCADOS  
INTERNACIONALES**

**TÍTULO UNIVERSITARIO SUPERIOR EN  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CURSO ACADÉMICO 2023-2024**

# ÍNDICE

RESUMEN .....	3
DATOS DEL PROFESORADO .....	3
REQUISITOS PREVIOS .....	3
COMPETENCIAS .....	4
RESULTADOS DE APRENDIZAJE .....	4
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA .....	4
METODOLOGÍA .....	6
ACTIVIDADES FORMATIVAS .....	6
EVALUACIÓN .....	6
BIBLIOGRAFÍA .....	8

## RESUMEN

---

<b>Centro</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas		
<b>Titulación</b>	Título Universitario Superior en Negocios Internacionales		
<b>Asignatura</b>	Estrategias de Acceso a Mercados Internacionales	<b>Código</b>	F1C1P05018
<b>Carácter</b>	Obligatoria		
<b>Curso</b>	4º		
<b>Créditos ECTS</b>	3		
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano		
<b>Curso académico</b>	2023-2024		

## DATOS DEL PROFESORADO

---

<b>Responsable de Asignatura</b>	Sameer Mirwani Daswani
<b>Correo electrónico</b>	sameer.mirwani@pdi.atlanticomedio.es
<b>Teléfono</b>	828.019.019
<b>Tutorías</b>	<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

---

El curso fomentará el desarrollo las siguientes competencias:

- Aprender a aprender
- Comunicación lingüística
- Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología
- Competencia digital
- Iniciativa y espíritu emprendedor
- Competencias sociales y cívicas
- Conciencia social y expresiones culturales

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

Al cursar esta asignatura, el estudiante debería estar en condiciones de:

- Comprender las causas de la internacionalización de las empresas.
- Conocer el concepto de empresa internacional.
- Diferenciar los distintos tipos de empresa internacional.
- Saber cuáles son las bases para un proceso de internacionalización.
- Comprender el concepto y los factores de competencia global.
- Conocer cuáles son las dimensiones clave de una estrategia internacional.
- Identificar las diferentes estrategias internacionales a seguir por una empresa.
- Abordar la solución de los problemas más importantes asociados a la dirección de la empresa internacional.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

### 1. Contexto internacional

- 1.1. Globalización
- 1.2. Desarrollo sostenible (ODS)
- 1.3. Megatendencias
- 1.4. Indicadores de crecimiento y sostenibilidad
- 1.5. Corrientes del pensamiento económico y grado de apertura de un país
- 1.6. Acuerdos internacionales
- 1.7. Organismos internacionales
- 1.8. Procesos de integración en el mundo

## **2. Situación actual del comercio internacional**

- 2.1. Teorías del comercio internacional
- 2.2. Determinantes
- 2.3. Barreras arancelarias
- 2.4. Barreras no arancelarias
- 2.5. Medidas de defensa comercial

## **3. Claves para la internacionalización de la empresa**

- 3.1. Razones internas
- 3.2. Razones externas
- 3.3. Estrategia de concentración y diversificación

## **4. Estrategias y modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales**

- 4.1. Perspectivas de la internacionalización
- 4.2. Cadena de valor
- 4.3. Clasificación de estrategias internacionales

## **5. Análisis de los mercados exteriores**

- 5.1. Factores que influyen en la elección de los países destino
- 5.2. El proceso analítico – el atractivo de los países
- 5.3. El atractivo de los países - el proceso de selección de países
- 5.4. El atractivo del sector y los atractivos para la empresa

## **6. El ingreso en los mercados exteriores**

- 6.1. Fases del proceso de internacionalización
- 6.2. Estrategias competitivas de ingreso
- 6.3. Modalidades de entrada en los mercados exteriores

## **7. Dirección de empresas multinacionales**

- 7.1. Producción
- 7.2. Marketing
- 7.3. Recursos humanos
- 7.4. Logística
- 7.5. Finanzas y fiscalidad

## METODOLOGÍA

---

- Clases magistrales.
- Presentación de contenidos por el alumnado.
- Charlas de profesionales del sector.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje on-line.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

---

Lección magistral	22 horas
Tutorías	2 horas
Trabajo en equipo	2 horas
Trabajo autónomo	2 horas
Actividades prácticas	2 horas

## EVALUACIÓN

---

### Criterios de evaluación

	<b>% CALIFICACIÓN FINAL</b>
Proyecto de internacionalización: individual o grupal	40%
Pruebas de evaluación teórico - prácticas	20%
Examen final	30%
Participación	10%

### 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**

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

- Examen final teórico-práctico que evaluará el entendimiento del contenido teórico impartido, así como su aplicación a casos prácticos. Se pretende desarrollar las habilidades de: aprender a aprender, competencia matemática y competencia lingüística.
  - 30% de la nota final.
- Proyecto de internacionalización de empresa que se irá ejecutando durante las 8 semanas del curso. Se intenta desarrollar las competencias de: aprender a aprender, comunicación lingüística, competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología, competencia digital, iniciativa y espíritu emprendedor, competencias sociales y cívicas, conciencia social y expresiones culturales.
  - 40% de la nota final.
- Presentaciones de contenido teórico por parte de los alumnos. Se busca fomentar las capacidades para: aprender a aprender, comunicación lingüística, competencia digital, iniciativa y espíritu emprendedor, conciencia social y expresiones culturales.
  - 20% de la nota final
- Asistencia y participación: pretende fomentar la comunicación lingüística, la iniciativa y espíritu emprendedor, las competencias sociales y cívicas, conciencia social y expresiones culturales
  - 10% de la nota final.

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.

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.

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.

*Los estudiantes que participan en programas de movilidad y que cuenten con alguna de las asignaturas de su acuerdo académico como no superadas en destino, o estuvieran calificadas como no presentadas, podrán presentarse en la convocatoria extraordinaria optando al 100% de la calificación siguiendo los criterios de calificación de la guía docente. Tal y como recoge la Normativa de Permanencia, el estudiante tendrá derecho a máximo de dos convocatorias por curso académico.*

## BIBLIOGRAFÍA

---

- **Básica:**
  - Estrategias y modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales. ZINGONE, LUIGI / RUIZ MORENO, FELIPE.
  - Claves para la internacionalización de la empresa. GARCÍA BERNABEU, ANA MARÍA / MAYOR VITORIA, FERNANDO.
- **Complementaria:**
  - Artículos, videos y contenido web de organismos (ONU, OCDE, FMI, Consilium, G20, Banco Mundial, OMC, INE, ICEX).