



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Estrategias de Acceso a Mercados
Internacionales

**Título Universitario Superior en Negocios
Internacionales**

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2025-2026

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

INFORMACIÓN ADICIONAL

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Asignatura	Estrategias de Acceso a Mercados Internacionales
Titulación	Título Universitario Superior en Negocios
Carácter	Internacionales
Curso	4º
Semestre	1
Créditos ECTS	3
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2025-2026

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Ramón Redondo Guarás
Correo Electrónico	ramon.redondo@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa. El alumnado deberá solicitar la tutoría previamente a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias:

El curso fomentará el desarrollo las siguientes competencias:

- Aprender a aprender
- Comunicación lingüística
- Competencia digital
- Iniciativa y espíritu emprendedor
- Competencias sociales y cívicas
- Conciencia social y expresiones culturales

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

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

1. Contexto internacional

- 1.1. Globalización
- 1.2. Desarrollo sostenible
- 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. Etapas y teorías sobre la internacionalización.
- 2.2. Determinantes
- 2.3. Barreras arancelarias
- 2.4. Barreras no arancelarias
- 2.5. Medidas de defensa comercial

3. Claves y toma de decisiones 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

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

SEMANA	TEMA
1	1. Contexto internacional
2	1. Contexto internacional
3	2. Situación actual del comercio internacional
4	2. Situación actual del comercio internacional
5	3. Claves y toma de decisiones para la internacionalización de la empresa
6	4. Estrategias y modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales
7	5. Análisis de los mercados exteriores
8	6. El ingreso en los mercados exteriores

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

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

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Lección magistral	20 horas
Tutorías	2 horas
Trabajo en equipo	2 horas
Trabajo autónomo	2 horas
Actividades prácticas	4 horas

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

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Proyecto de internacionalización: individual o grupal	60%
Pruebas de evaluación teórico - prácticas	30%
Participación	10%

- Examen final teórico- práctico consistirá en la realización de un trabajo consistente en la elaboración de un Análisis del Proceso de Internacionalización de una empresa real con presencia en mercados exteriores y una exposición pública del mismo a través de una breve presentación.
- Resolución de casos prácticos o problemas, individual o grupalmente que se irán planteando en clase sobre los diferentes temas del programa.
- Participación en las clases.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Entrega de actividades

Según está establecido institucionalmente, todos los ejercicios y trabajos se deben entregar por el Campus Virtual de la Universidad. No se aceptarán entregas en el correo electrónico del docente.

El trabajo se entregará en la fecha indicada por el docente.

Es el estudiante el responsable de garantizar dichas entregas y plazos en el Campus Virtual. Todos aquellos trabajos presentados fuera de fecha o por otras vías diferentes al Campus Virtual o a las indicadas por el docente contarán como no presentados.

El formato de entrega será el que indique el docente para cada una de las actividades en particular.

Si por capacidad o formato, no se puede realizar una entrega por el Campus Virtual, el docente informará de la vía alternativa de almacenamiento que suministra la universidad y su mantenimiento será responsabilidad del estudiante.

En cualquier caso, el trabajo deberá permanecer accesible hasta que finalice el curso académico.

El docente deberá realizar una copia de todos aquellos trabajos que por su naturaleza no puedan estar almacenados en el Campus Virtual.

Normativa:

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, así como la revisión de las calificaciones, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación, la Normativa de Permanencia y la Normativa de Convivencia de la Universidad del Atlántico Medio públicas en la web de la Universidad:

[Normativa | Universidad Atlántico Medio](#)

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en estas normativas. El personal docente tiene a su disposición una herramienta informática antiplagio que puede utilizar según lo estime necesario. El estudiante estará obligado a aceptar los permisos de uso de la herramienta para que esa actividad sea calificada.

Sistema de calificaciones:

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 estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 estudiantes o fracción.

Exámenes:

Al examen solo se podrá acudir con la dotación que indique el docente responsable de la asignatura y el estudiante deberá acudir correctamente identificado. Según la parte del examen se podrá o no contar con dispositivos electrónicos, acceso a internet u otras herramientas o utilidades. El docente tiene la potestad de expulsar al estudiante del examen si se hace uso de cualquier elemento no autorizado en el examen, obteniendo una calificación de suspenso.

En caso de producirse alguna irregularidad durante la celebración del examen o prueba de evaluación, se podrá proceder a la retirada inmediata del examen, expulsión del estudiante, calificación de suspenso y apertura de expediente si se considerase el caso.

El estudiante podrá solicitar la modificación de pruebas de evaluación por escrito a través de correo electrónico dirigido a Coordinación Académica, aportando la documentación justificativa correspondiente, dentro de los plazos indicados en cada caso en la Normativa de evaluación.

[Normativa-de-Evaluacion.pdf](#)

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios acorde con el Programa de Atención a la Diversidad de la UNAM:

[Programa_atencion_diversidad.pdf](#)

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Manual de Internacionalización (Marketing Internacional) – ICEX, España Exportación e Inversiones. Varios Autores (2023)
- Estrategias y modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales. Luigi Zingone, Felipe Ruiz Moreno – Universidad de Alicante (2014)
- Marketing Internacional. Cateora, P.R., Graham, J., Gilly, M., y Money, B. (2020). Mc Graw Hill.
- Cómo Crear un Plan de Internaciónálizació’n Empresaríaál: Uná visió’n prá’ctica párá lógrár uná expásió’n de e’xitó. Alfónsó Ortegá Gime’nez. (2014). Esic Editoríaál.

Complementaria

- Artículos, videos y contenido web de organismos (ONU, OCDE, FMI, G20, Banco Mundial, OMC, INE, ICEX)