

GUÍA DOCENTE

DECISIONES INTERNACIONALES
DE PRODUCTO, PRECIO Y
PROMOCIÓN / INTERNATIONAL
PRODUCT, PRICE AND
PROMOTION DECISIONS

**Decisiones Internacionales De Producto, Precio Y Promoción / International Product,
Price And Promotion Decisions**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria
Organización temporal		3er. curso, 5º semestre
Modalidad		Presencial
Idioma		Inglés
Contenidos		• Oferta de valor y consideraciones culturales • Adaptación de productos • Decisiones sobre atributos, diferenciación y sostenibilidad de productos • Fijación y estrategias de precios internacionales • Plan de promoción internacional ----- • Value offer and cultural considerations • Product adaptation • Decisions on product attributes, differentiation and sustainability • International pricing and pricing strategies • International promotion plan
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC4 Identificar los conceptos clave del marketing a nivel internacional. / Identify the key concepts of international marketing. CC9 Comprender la importancia del ODS 12 (producción y consumo responsable) en las operaciones internacionales de la empresa. / Understand the importance of SDG 12 (responsible production and consumption) in the company's international operations.
	Habilidades y destrezas	HD2 Aplicar técnicas del marketing operativo a nivel internacional. / Use operational marketing techniques at an international level.
	Competencias	CP2 Emplear herramientas del marketing offline y online para la potenciación del comercio en contextos internacionales. / Use offline and online marketing tools to promote trade in international contexts.
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA • Conocer los atributos del producto, su clasificación y ciclo de vida. / Know the attributes of the product, its classification and life cycle. • Aplicar las herramientas apropiadas para resolver problemas concretos de producto y precio. / Apply the appropriate tools to solve specific product and price problems. • Elaborar planes de promoción internacional. / Develop international promotion plans.		

Modalidad Presencial	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas / Participatory learning	28	
	Seminarios / Seminars	4	
	Clases prácticas / Practical lessons	26	
	Visualización y análisis de contenido audiovisual / Visualization and analysis of audiovisual content	6	
	Tutorías / Tutorials	12	
	Trabajo autónomo / Autonomous work	72	
	Prueba de evaluación final / Final evaluation test	2	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen / Final evaluation test	50	50
	Resolución problemas / Problem resolution	10	30
	Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects	10	30
	Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
	Total	70	120
Observaciones			