

**Desarrollo del profesional del marketing en un entorno global / Development of the marketing professional in a global environment**

<b>Número total de créditos ECTS</b>	6
<b>Tipología</b>	Obligatoria / Compulsory
<b>Organización temporal</b>	1er. curso, 1er. semestre / 1st year, 1st semester
<b>Modalidad</b>	Presencial / Face-to-face
<b>Idioma</b>	Castellano e inglés / Spanish and English
<b>Contenidos</b>	<p>Esta asignatura aporta los requerimientos esenciales en términos de conocimientos, destrezas y actitudes que un profesional del marketing requiere para desempeñarse eficazmente en un entorno internacional.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Liderazgo de equipos comerciales de alto rendimiento</li> <li>2.Comunicación y persuasión</li> <li>3.Técnicas de negociación y de gestión de conflictos en asuntos internacionales</li> <li>4.Trabajo en equipo</li> <li>5.Organización del tiempo y gestión del stress</li> <li>6.Planificación y organización del trabajo</li> <li>7.Gestión de proyectos y reuniones</li> <li>8.Presentaciones en público</li> <li>9.Plan de desarrollo personal. Coaching ejecutivo y mentoring.</li> <li>10.Networking off-on line.</li> <li>11.Relaciones públicas y protocolo social, empresarial y oficial.</li> <li>12.Usos y costumbres en los mercados internacionales. Culturas nacionales frente a culturas organizativas</li> <li>13.Adaptación a entornos multiculturales y multilingüísticos.</li> <li>14.Globalización y armonización de la vida profesional y familiar.</li> <li>15.Políticas de remuneración, promoción y retorno del personal expatriado</li> <li>16.Código deontológico y ética empresarial y profesional.</li> </ol> <p>-----</p> <p>This subject provides the essential requirements in terms of knowledge, skills and attitudes that a marketing professional requires to perform effectively in an international environment.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Leadership of high performance commercial teams</li> <li>2.Communication and persuasion</li> <li>3.Negotiation and conflict management techniques in international affairs</li> <li>4.Teamwork</li> <li>5.Time management and stress management</li> <li>6.Work planning and organisation</li> <li>7.Project and meeting management</li> <li>8.Public presentations</li> <li>9.Personal development plan. Executive coaching and mentoring.</li> <li>10.Off-line networking.</li> <li>11.Public relations and social, business and official protocol.</li> <li>12.Uses and customs in international markets. National cultures versus organisational cultures.</li> <li>13.Adaptation to multicultural and multilingual environments.</li> <li>14.Globalisation and harmonisation of professional and family life.</li> <li>15.Remuneration, promotion and return policies for expatriate staff</li> <li>16.Code of ethics and business and professional ethics. Marketing and democratic values.</li> </ol>

<b>Resultados de aprendizaje TÍTULO</b>	<b>Conocimientos y contenidos</b>	<p>CC2 Comprender cuáles son las destrezas, valores y actitudes que un ejecutivo de marketing requiere para desempeñarse profesionalmente en un entorno de mercados internacionales. / Understanding the skills, values, and attitudes that a marketing executive requires to perform professionally in an international market environment.</p> <p>CC10 Conocer el vocabulario técnico en lengua inglesa vinculado al entorno de marketing internacional. / Knowing the technical vocabulary in English related to the international marketing environment</p>
	<b>Habilidades y destrezas</b>	<p>HD1 Escoger entre diferentes alternativas comerciales y de planes de comunicación con un alcance internacional en base a las necesidades de la empresa / Choose between different commercial alternatives and communication plans with an international scope based on the company needs</p> <p>HD3 Resolver posibles problemas de gestión de equipos multidisciplinares y multiculturales en proyectos de marketing de alcance internacional / Resolve potential multidisciplinary and multicultural teams management issues in marketing projects of international scope.</p>
	<b>Competencias</b>	<p>CP01 Calcular los indicadores económicos, comerciales y financieros que permitan analizar la situación y las tendencias de los mercados nacionales y del comercio internacional / Calculate economic, trade and financial indicators to analyse the situation and trends in domestic markets and international trade.</p> <p>CP02 Diseñar la estructura organizativa (división del trabajo y métodos de coordinación) de los departamentos de marketing y ventas en empresas internacionalizadas teniendo en cuenta la naturaleza de los mercados, los objetivos de la empresa, la extensión y complejidad de la red comercial, los canales de distribución y la estrategia de internacionalización / Design the organisational structure (division of labour and coordination methods) of marketing and sales departments in internationalised companies taking into account the nature of the markets, the objectives of the company, the extension and complexity of the commercial network, the distribution channels and the internationalisation strategy.</p> <p>CP06 Elaborar la estrategia internacional de marketing mix de modo que contribuya al refuerzo de las ventajas competitivas de la empresa / Develop the international marketing mix strategy in a way that contributes to the reinforcement of the company's competitive advantages.</p> <p>CP07 Dirigir planes comerciales internacionales centrados en incrementar el valor de los clientes de la empresa, integrando las nuevas tecnologías en este proceso y teniendo en cuenta las peculiaridades de cada mercado exterior / Manage international commercial plans focused on increasing the value of the company's clients, integrating new technologies</p>

		<p>in this process and taking into account the peculiarities of each foreign market.</p> <p>CP11 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales donde la empresa compete.</p>
--	--	---

<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas totales</b>
F01 - Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos concretos. / F01 - Presentation of theoretical content through lectures. Presentation of the theoretical contents assisted with practical cases as an illustration of these specifics	32
F02 - Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo. / F02 - Oral presentation by the student. Presentation of the practical cases by the members of a working group.	10
F03 - Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. / F03 - Individual or team practical work. Performance and presentation of work individually or in a group, depending on the workload and the variety of topics to be developed.	38
F04 - Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes y trabajos. / F04 - Study and preparation of activities. Individual study in preparation for exams and assignments.	20
F05 - Resolución casos prácticos (método del caso) descripción de una situación real o ficticia, tras la que se plantea un problema sobre el que el alumnado debe consensuar una única solución. / F05 - Resolution of case studies (case method) description of a real or fictitious situation, after which a problem is posed on which the students must reach a consensus on a single solution.	50
<b>Total</b>	<b>150</b>

<b>Sistemas de evaluación</b>	<b>MÍNIMO</b>	<b>MÁXIMO</b>
E01 - Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales. / E01 - Active participation in the course. Participation in the lectures by asking questions or answering questions posed by the lecturer in order to go deeper into the fundamental theoretical contents.	5	5
E02 - Examen final. Examen de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura. / E02 - Final exam. Compulsory exam to verify the degree of theoretical and practical learning of the student on the globality of the course contents	50	50
E03 - Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales. / E03 - Individual or group work. Resolution of practical cases to develop some of the fundamental theoretical contents.	30	30
E05 - Presentación oral. Presentación de modo oral de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente. / E05 - Oral presentation. Oral presentation of practical work carried out individually or in groups.	15	15
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>120</b>