

**Estrategias de Marketing y Comercialización / Marketing and Sales Strategies
(Modalidad presencial)**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 1; Semestre 1
Modalidad		Presencial
Idioma		Castellano e inglés / Spanish and English
Contenidos	• Análisis del entorno global. • Estrategias de entrada en mercados internacionales. • Estrategias de segmentación, targeting y posicionamiento (STP) • Estrategias de desarrollo de productos y estrategias de cartera. • Estrategias de precios y valor. • Canales de distribución y estrategias de venta. • Estrategias de comunicación integrada de marketing. • Plan de marketing y su integración en la estrategia competitiva e internacional de la empresa. • Analysis of the global environment. • Entry strategies in international markets. • Segmentation, targeting, and positioning (STP) strategies. • Product development strategies and portfolio strategies. • Pricing and value strategies. • Distribution channels and sales strategies. • Integrated marketing communication strategies. • Marketing plan and its integration into the company's competitive and international strategy.	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC01 Revisar planes estratégicos de marketing y ventas en función de los objetivos y valores de la empresa/ Review strategic marketing and sales plans based on the company's objectives and values.
	Habilidades y destrezas	HD02 Gestionar eficazmente equipos multidisciplinares en proyectos de marketing y ventas/ Effectively manage multidisciplinary teams in marketing and sales projects.
	Competencias	CP01 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 para mejorar la competitividad/ Develop ethically correct marketing actions, considering not only business benefits but also the moral perspective, alignment with sustainable development goals, and alignment with the principles and democratic values of international markets to improve competitiveness. CP05 Diseñar estrategias de marketing integradas que combinen múltiples canales y tácticas comerciales/ Design integrated marketing strategies that combine multiple channels and commercial tactics.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	22
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	22
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	88
Prueba de evaluación final	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación Final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
Resolución de problemas / Problem resolution	10	30
Estudio de casos / Proyectos / Case studies / projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
Total	70	120

**Estrategias de Marketing y Comercialización
(Modalidad virtual)**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria
Organización temporal		Curso 1; Semestre 1
Modalidad		Virtual
Idioma		Castellano
Contenidos	• Análisis del entorno global. • Estrategias de entrada en mercados internacionales. • Estrategias de segmentación, targeting y posicionamiento (STP) • Estrategias de desarrollo de productos y estrategias de cartera. • Estrategias de precios y valor. • Canales de distribución y estrategias de venta. • Estrategias de comunicación integrada de marketing. • Plan de marketing y su integración en la estrategia competitiva e internacional de la empresa.	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC01 Revisar planes estratégicos de marketing y ventas en función de los objetivos y valores de la empresa.
	Habilidades destrezas	HD02 Gestionar eficazmente equipos multidisciplinares en proyectos de marketing y ventas.
	Competencias	CP01 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 para mejorar la competitividad CP05 Diseñar estrategias de marketing integradas que combinen múltiples canales y tácticas comerciales.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas Síncronas	10
Seminarios Síncronos	2
Clases prácticas Síncronas	10
Actividades Dirigidas Asíncronas	24
Tutorías	12
Trabajo autónomo	88
Prueba de evaluación final virtual	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen virtual	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120