

GUÍA DOCENTE

FUNDAMENTOS DEL MARKETING
INTERNACIONAL / INTRODUCTION
TO INTERNATIONAL MARKETING

Fundamentos Del Marketing Internacional / Introduction To International Marketing

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Básica
Organización temporal		1er. curso, 2º semestre
Modalidad		Presencial
Idioma		Inglés
Contenidos		• Introducción al marketing • Marca país • Marketing estratégico internacional • Marketing operativo internacional • International blended marketing • Plan de marketing internacional ----- • Introduction to marketing • Country brand • International strategic marketing • International operational marketing • International blended marketing • International marketing 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	
	Competencias	
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA • Comprender las características y metodología del marketing Internacional. / Understand the characteristics and methodology of international marketing. • Diseñar diferentes estrategias de marketing en función de las características de los países. / Design different marketing strategies based on countries' characteristics. • Desarrollar un plan de marketing internacional. / Develop an international marketing plan.		

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			