

GUÍA DOCENTE

**MARKETING INTERNACIONAL /
INTERNATIONAL MARKETING**

Marketing Internacional / International Marketing

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 3; Semestre 6
Modalidad		Presencial y Virtual / Classroom and Virtual
Idioma		Español e Inglés / Spanish and English
Contenidos		Visión general del marketing internacional. El entorno del marketing internacional. El proceso de internacionalización de la empresa a nivel de marketing. Segmentación y posicionamiento en los mercados internacionales. El marketing mix internacional. ---- Overview of international marketing. The environment of international marketing. The internationalization process of the company at the marketing level. Segmentation and positioning in international markets. International marketing mix.
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC03 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio del sector del marketing y la comunicación. / To understand the basic tools for information management in the business and corporate context of marketing and communication.
	Habilidades y destrezas	
	Competencias	CP04 Tomar decisiones empresariales y de negocio del área del marketing y la comunicación con una perspectiva de estrategia corporativa global. / Make business decisions in the marketing and communication area with a perspective of global corporate strategy. CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del marketing y la comunicación. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing marketing and communication contexts. CP13 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales del marketing y la comunicación en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad. / Work in multicultural and international marketing and communication environments based on the recognition and respect for diversity. CP14 Actuar en el área del marketing y la comunicación de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad. / Act in the area of marketing and communication in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity

Modalidad Presencial	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas / Participatory learning	18	
	Seminarios / Seminars	2	
	Clases prácticas / Practical lessons	38	
	Tutorías / Tutorials	12	
	Trabajo autónomo / Autonomous work	76	
	Prueba de evaluación final / Final evaluation test	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	40	40
	Resolución problemas / Problem resolution	20	30
	Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects	20	30
	Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
	Total	80	110
Observaciones			
Modalidad Virtual	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas	8	
	Seminarios	2	
	Clases prácticas	18	
	Actividades Dirigidas Asíncronas	30	
	Tutorías	12	
	Trabajo autónomo	76	
	Prueba de evaluación final	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen	50	50
	Resolución problemas	10	30
	Estudio casos - Proyectos	10	30
	Otras actividades de evaluación continua	0	10
	Total	70	120
Observaciones			