

Asignatura

Nombre Asignatura	Marketing Internacional
Código	100000990
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Relaciones Internacionales (Plan 2021)
Carácter	OPTATIVA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

Prof. Mencía de Garcillán

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Conocer el contexto internacional de los problemas jurídicos y económicos para enriquecer la toma de decisiones en los ámbitos políticos y empresariales.

Comprender la dinámica propia del trabajo en equipos y organizaciones internacionales.

Comprender los principios básicos de la economía política internacional y aplicarlos al análisis de conflictos y de políticas públicas.

Comprender el entorno empresarial internacional y aplicarlo al análisis e impulso de proyectos empresariales multinacionales.

Comprender diagnósticos y planes de acción basados en el análisis de información económico-financiera.

Conocer y comprender los procesos de desarrollo de proyectos empresariales multinacionales.

Conocer y comprender los aspectos básicos del derecho de los negocios internacionales

Learning Outcomes:

Know the international context of economic and legal problems in order to enrich the decision-making in business and political environments.

Know the inherent dynamics of group works and international organizations.

Understand the basic principles of the international political economy and apply them to the analysis of conflicts and public policies.

Understand international business environment and apply it to the analysis and promotion of

multinational company projects.

Understand diagnostics and action plans based on the analysis of financial-economic information.

Know and understand the processes of the development of multinational company projects.

Know and understand the basic concepts of international business law.

» **OBJETIVOS PRÁCTICOS**

Identificar el área de recursos humanos en la organización y aplicar las distintas herramientas disponibles para la gestión de la misma.

Identify the human resources area in the organization and apply different tools available for its management

» **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

The subject in this course is taught in English, upon prior verification that the students have a B2 level in this language (this is 4th year subject).

General and Basic Skills:

BS1. The students should have demonstrated possession and understanding of knowledges of an area of study which emanates from the grounds of general High School education, which is usually found at a level that, while relying on advanced text books, also includes some aspects that involve knowledges coming from the state of the art of their fields of study.

BS2. The students should know how to apply their knowledges to their work or vocation in a professional way. They should also possess the competencies that are normally demonstrated through the elaboration of defense of arguments and problem-solving within their areas of study.

BS3. The students must have the capacity to gather and interpret relevant data (normally, within their areas of study) to have judgment that include a reflection on important topics of social, scientific, or ethical nature.

BS4. The students should be able to transmit information, ideas, problems, and solutions to a specialized or non-specialized group of people alike.

BS5. The students should have developed those learning abilities that are necessary to understand

later studies with a high level of autonomy.

GS1 - Distinguish the basics of specific methodologies of social sciences in order to apply them to problem-solving in the scope of international relations.

GS2 - Classify the international agents, public and non-governmental alike, in order to identify and describe their respective behavior and motivations.

GS3 - Identify the international context of economic and legal problems that are deemed important for the decision-making in political and business environments.

GS5 - Identify social and cultural differences and similarities innate in the relationship among international agents.

GS6 - Identify and distinguish legal norms of national and international environment.

GS7 - Identify the differences in the culture of organizations and multinational group works that could complicate the management of joint projects.

Specific Skills:

SS4 - Identify the basic principles of the international politics economy in order to apply them to interpret the behavior of international actors.

SS5 - Identify the applicable regulations and organizations of reference in order to understand the condition of development and efficiency of the public international law.

SS6 - Identify the applicable norms and mechanisms for solving conflicts that are necessary to develop multinational business projects to critically assessing the possibilities for improvement human rights protection in conflict zones.

SS11 - Identify the actual challenges in the affairs of international security and terrorism and to analyze their causes in order to assess the possible defense and security policies that may be agreed upon at the international level.

Cross Skills:

CS1. Develop own critical thinking inherent to university spirit as well as the capacity to analyze, debate on, and interpret relevant and complex data so as to be able to integrate them in a solid and stable manner in decision-making with the aim to find the necessary solutions to the problems proposed to them.

CS2. Apply with rigor, precision, and confidence the oral and written language with the ability to transmit information to a specialized or non-specialized group of people while demonstrating at the same time the necessary knowledge of social, economic and political contexts understood in a global manner.

CS3. Develop the necessary attitude for cooperative work and participation in groups while integrating those values that mean effort, generosity, and respect together with the commitment to carry out quality work that projects the search for truth as its horizon.

CS4. Develop a conscience for inviolability of Human Rights based on the respect for dignity of a person who fosters social responsibility, solidarity, environmental sustainability and the search for the common good such as service to society.

CS5. Develop knowledge and interest in the current political, cultural and social environment, as well as its historical configuration, becoming aware of the relevance of the factors that condition it and the need for the student's involvement in improving them.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

Conocimiento de las operaciones comerciales en mercados internacionales, estrategias de entrada y posicionamiento en dichos mercados y decisiones relativas a estas operaciones.

Knowledge of commercial operations in international markets, entry and placement strategy in such markets and decisions relating to these operations.

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Actividad formativa	Nº horas	Presencialidad
Clases magistrales y teóricas	15	100
Clases prácticas	15	100
Tutorías	2,5	100
Elaboración de trabajos	2,5	0
Pruebas de evaluación	10	100
Estudio	30	100

» CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

El profesor/a evaluará a cada estudiante a partir de la nota de evaluación continua y de la nota del examen realizado al final del curso. Ambas notas tendrán un peso relativo en la nota final. Los criterios y pesos relativos que se aplican son los siguientes:

Participación activa en el aula: peso relativo 10%

Resolución de casos y/o ejercicio: peso relativo 10%

Realización y presentación del trabajo en grupo: peso relativo: 30%

Examen final: peso relativo 50%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Su nota final será la nota del examen extraordinario si el alumno lo ha suspendido o aprobado con un 5. En tales casos, no se tendrá en cuenta la evaluación continua. En el caso de que la nota del examen extraordinario supere el 5, se tendrá en cuenta la nota de evaluación continua obtenida por el alumno durante el curso, sin que esta estimación le pueda llevar nunca a suspender la asignatura.

ALUMNOS A PARTIR DE LA 2ª MATRICULA CONVOCATORIA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA

En el caso de los alumnos de 2ª matrícula y sucesivas, el criterio de asistencia y participación se suprime. El peso relativo asignado a estos conceptos será traspasado al peso asignado al examen. Este criterio se aplica tanto a la convocatoria ordinaria como extraordinaria.

Examen: peso relativo 70%

Trabajos individuales que le sean asignados por el profesor antes de realizar el examen: peso 30%

ALUMNOS NO PRESENTADOS (NP) La calificación de «no presentado» no consume convocatoria.

Se considera un alumno no presentado si, al menos, ha sido calificado en el 30% de la evaluación continua. Es decir, para ser NP, además de no examinarse del examen final ha de tener menos del 30% de la evaluación continua calificada, en cuyo caso no será posible considerarlo como no

presentado a la asignatura.

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, se adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a claridad de la expresión oral, y en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación. Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrá en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación. Así los errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

► **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

Bradley, F., Calderón, H. C. E., & trad. (2006). Marketing internacional (5th ed.). Pearson Educación.

Cateora, P. R., & Graham, J. L. (2010). Marketing internacional (14 ed.). McGraw-Hill.

Cateora, P. R., Gilly, M. C., Mejía Estañol, R., & Graham, J. L. (n.d.). Marketing internacional (16ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Cateora, P. R., Graham, J. L., Fuentes Zárate, C., & Esqueda Huerta, L. H. (2006). Marketing internacional (12 ed.). McGraw-Hill.

Cerviño, J. (2006). Marketing internacional : nuevas perspectivas para un mercado globalizado. Pirámide. □ Czinkota, M. R. & Ronkainen, I. A. (2013). Marketing internacional (10 ed.). Cengage Learning.

Czinkota, M. R., DBorneville, H. tr, Tena Loeza, M. E. rev. técn, & Ronkainen, I. A. (2008). Marketing internacional (8th ed.). Cengage Learning.

García Sordo, J. B. (2001). Marketing internacional. McGraw-Hill Interamericana Editores.

Gertner, D., Rein, I., Haider, D., Whitehouse, M. G., Víctor Campos Olguín, & Kotler, P. (2007). Marketing internacional de lugares y destinos : estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica. Pearson.

Graham, J. L., Money, R. B., Gilly, M. C., & Cateora, P. R. (2016). International marketing (17ª ed.). McGrawHill Education.

Hollensen, S. (2017). Global marketing (7ª. edición). Pearson Education Limited.

Hollensen, S., Moreno López, Y., & Arteaga Ortiz, J. (2010). Estrategias de marketing internacional

(4ª edición). Pearson Education.

Jain, S. C. (2002). Marketing internacional (6th ed.). Thomson.

Jerez Riesco, J. L., & García Mendoza, Á. (2010). Marketing internacional para la expansión de la empresa. ESIC.

Lee Kim, H. S. (2009). Marketing internacional : teoría y 50 casos. Cengage.

Lerma Kirchner, A. E., & Márquez Castro, E. (2010). Comercio y marketing internacional (4 ed.). Cengage.

Lerma Kirchner, A. E., & Márquez Castro, E. (2010). Comercio y marketing internacional (4th ed.). Cengage.

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

1.-Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en: [Horarios](#)

2.-El calendario de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el general para Grados del curso 2024-25. [Calendario Académico](#)

3.- Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

La presente guía ha sido elaborada según lo previsto en la memoria de la titulación.