

DATOS ASIGNATURA			
NOMBRE	MARKETING INTERNACIONAL		
CURSO	4º	SEMESTRE	1º
DEPARTAMENTO	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
PROFESOR	CELINA GONZÁLEZ MIERES		
DESCRIPCIÓN			
<p>Esta asignatura se enmarca dentro de la Materia 3, Gestión Comercial, y está orientada a profundizar en el estudio de un área sectorial del marketing como es el marketing internacional. A lo largo de la misma se desarrollarán, tanto desde un punto de vista teórico como sobre todo práctico, los aspectos característicos del marketing internacional, la planificación y dirección de este tipo de marketing, la investigación comercial en mercados internacionales así como las políticas de producto, precio, distribución y comunicación en los mercados globales. Asimismo, se pretende desarrollar en el alumno la capacidad de análisis de los mercados internacionales y de los distintos agentes que participan en ellos, la capacidad de adquirir visión estratégica global de los mercados generando habilidades y conocimientos para diseñar y desarrollar estrategias comerciales en estos ámbitos, y la capacidad de trabajar en equipo y comunicarse con otros interlocutores mediante la realización de casos prácticos y trabajos en el ámbito del marketing internacional.</p> <p style="text-align: center;"><u>Programa Abreviado</u></p> <p>Tema 1.- La internacionalización de la empresa Tema 2.- El entorno internacional Tema 3.- Selección de mercados extranjeros Tema 4.- Penetración en mercados extranjeros Tema 5.- Política de producto en mercados internacionales Tema 6.- Sistemas de distribución internacional Tema 7.- Fijación de precios en mercados internacionales Tema 8.- Publicidad, promoción y otras formas de comunicación en mercados internacionales</p>			
EVALUACIÓN			
Evaluación del aprendizaje y ponderación	Actividades	Calificación máxima	
Evaluación continua (40%)*	En las clases prácticas de aula: casos prácticos de los temas correspondientes (resolución y exposición).	2 puntos	
	En las tutorías grupales: realización de un trabajo en grupo sobre una idea de negocio para su internacionalización.	2 puntos	
Examen final (60%)	Prueba escrita con cuestiones teóricas y ejercicios prácticos	6 puntos	
<p>* Para que la nota de evaluación continua se sume a la nota del examen final será necesario alcanzar en el examen una nota mínima de 1,98 puntos (33% del examen).</p> <p>En las convocatorias extraordinarias se guardará la puntuación obtenida en la evaluación continua y el examen se puntuará sobre 6 puntos.</p>			