

viu  
.es



# Guía didáctica

Título: Grado en Administración de Empresas

Módulo: Optativo

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2020-2021

**viu** | **Universidad**  
Internacional  
de Valencia

## **FICHA DE ASIGNATURA**

### **Asignatura: Marketing Internacional**

**Descripción:** En esta asignatura se aborda el conjunto de herramientas que necesita aplicar un departamento de Marketing de una empresa internacional. El pensamiento estratégico estará siempre presente en la totalidad del temario, en el que abordamos de manera introductoria distintas problemáticas ligadas al concepto de Marketing, la gestión de marcas globales y la elaboración del Plan de Marketing Internacional, entre otras. Las actividades de marketing permiten identificar las necesidades de los consumidores y diseñar la manera de satisfacerlas de la manera más conveniente para ellos, con el objetivo de favorecer el intercambio. De esta manera, este curso te permitirá entender la lógica del Marketing aplicado a entornos internacionales, para que seas capaz de planificar y tomar decisiones estratégicas que garanticen la supervivencia de tu empresa en mercados internacionales.

**Carácter:** Optativa

**Créditos ECTS:** 6

**Modalidad:** Online

### **Temario:**

Tema 1: Entorno internacional  
Tema 2: Introducción al marketing  
Tema 3: El comercio y el negocio internacional  
Tema 4: Gestión de marcas globales  
Tema 5: Plan de marketing internacional

### **Competencias:**

#### *COMPETENCIAS GENERALES*

- G1. - Competencias de gestión, planificación, capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo.
- G11. - Capacidad para negociar y conciliar de forma eficaz.
- G12. - Redactar informes o documentos relativos al área.
- G14. - Capacidad crítica y autocrítica.
- G15. - Leer y comunicarse en el ámbito profesional en más de un idioma.
- G16. - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones.
- G17. - Tener compromiso ético en el trabajo.
- G18. - Capacidad para trabajar de forma autónoma.
- G2. - Capacidad de análisis y síntesis.
- G4. - Aplicar los conocimientos a la práctica.
- G5. - Resolver problemas en entornos nuevos.
- G6. - Capacidad para tomar decisiones.
- G7. - Capacidad para trabajar en equipo y coordinar actividades.
- G8. - Poseer competencias para la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información.
- G9. - Gestionar el tiempo de forma efectiva.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CEM2 - Identificar las fuentes de información y de datos referidas al marketing, a la creación y valoración de marcas, a la sociología y a la psicología dentro del ámbito empresarial y del marketing

#### Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	11	0
Clases practicas	11	0
Trabajo autónomo y en grupo	126	0
Exámenes	2	100

#### Metodologías docentes:

- Clases expositivas: - Actividades introductorias - Sesiones magistrales - Conferencias - Tutorías
- Clases prácticas: - Resolución de ejercicios - Seminarios - Debates - Presentaciones
- Trabajo autónomo: Lectura crítica de la bibliografía, estudio sistemático y reflexión sobre problemas planteados, resolución de actividades propuestas, búsqueda, análisis y elaboración de información. En grupo: Puesta en común y discusión de lecturas y reflexiones en torno al material para la realización de tareas.
- Examen: Pruebas presenciales en las que se mide el nivel de conocimientos adquirido durante el desarrollo de la asignatura.

#### Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación de portafolio	40	60
Evaluación del Examen	40	60