



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Syllabus
2024 - 2025

TECHNICAL SHEET OF THE SUBJECT

Data of the subject	
Subject name	International Marketing
Subject code	E000008090
Main program	Bachelor's Degree in Business Administration and Management
Involved programs	Grado en Administración y Dirección de Empresas (E-2) [Fourth year]
Level	Reglada Grado Europeo
Quarter	Semestral
Credits	6,0 ECTS
Type	Optativa (Grado)
Department	Departamento de Marketing

Teacher Information	
Teacher	
Name	Alfonso Pedro Fernández del Hoyo
Department	Departamento de Marketing
Office	Alberto Aguilera 23 [OD-206]
E-Mail	fdelhoyo@icade.comillas.edu
Phone	2455

SPECIFIC DATA OF THE SUBJECT

Contextualization of the subject

Competencies - Objectives		
Competences		
GENERALES		
CG01	Capacidad de análisis y síntesis	
	RA1	Identifica las variables del problema y las relaciona con los conceptos vistos en clase.
	RA2	Es capaz de extraer conclusiones coherentes teniendo en cuenta la realidad empresarial
	RA3	Es capaz de resumir y estructurar la información empleando los conceptos adecuados
CG02	Resolución de problemas y toma de decisiones	
	RA1	Es capaz de seleccionar las metodologías y teorías más adecuadas para resolver los problemas



	RA2	Detecta las ventajas e inconvenientes de la utilización de las distintas teorías y metodologías
CG03	Capacidad de organización y planificación	
	RA1	Identifica y organiza temporalmente las tareas necesarias para la realización sus actividades de aprendizaje, cumpliendo con los plazos establecidos de entrega de actividades
	RA2	Establece las condiciones de trabajo apropiadas para comenzar y completar una actividad de aprendizaje
	RA3	Es capaz de establecer prioridades y seleccionar materiales en la realización de las tareas en función de las demandas del programa de estudio
CG04	Capacidad de gestionar información proveniente de fuentes diversas	
	RA1	Conoce, sintetiza y utiliza adecuadamente una diversidad de recursos bibliográficos y documentales, manejándose con soltura en la biblioteca tradicional y electrónica
	RA2	Es capaz de extraer conclusiones coherentes teniendo en cuenta la realidad empresarial
	RA3	Discierne el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información
CG07	Comunicación en una lengua extranjera	
	RA1	Es capaz de realizar una lectura comprensiva en otras lenguas, especialmente inglés
	RA2	Busca y utiliza documentación para sus actividades de aprendizaje en otras lenguas, especialmente inglés
CG09	Habilidades interpersonales: escuchar, argumentar y debatir	
	RA1	Crear individualmente una idea o perspectiva particular ante un asunto o cuestión y establecer criterios para emitir juicios personales
	RA2	Ser capaz de defender aquello que se piensa, independientemente de la aceptación que pueda tener la idea
CG10	Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo	
	RA1	Es capaz de formar parte de un equipo de trabajo y desempeñar un papel efectivo en el establecimiento de normas y procedimientos
	RA2	Es capaz de escuchar las opiniones de los demás y comunicar sus ideas de manera efectiva y constructiva.
	RA3	Desarrolla estrategias y tácticas para hacer que se incorporen todos los miembros del equipo en el trabajo común
CG11	Capacidad crítica y autocrítica	
	RA1	Identifica, define y explora problemáticas de manera lógica y coherente dentro de un marco analítico adecuado



	RA2	Ser capaz de desglosar en partes los problemas complejos, estableciendo relaciones causa efecto
	RA3	Ejerce el pensamiento independiente y la reflexión crítica sobre problemáticas diversas
CG12	Compromiso ético	
	RA1	Es capaz de identificar y comprender las consecuencias morales y éticas de la problemática estudiada
	RA2	Es responsable de las consecuencias de sus propios actos y comportamientos
CG14	Capacidad para aprender y trabajar autónomamente	
	RA1	Lee, sintetiza y comprende críticamente materiales bibliográficos de referencia, así como de materiales que presentan resultados de investigaciones, memorias, textos de supervisión profesional, y otros materiales de carácter aplicado.
	RA2	Es capaz de autoevaluarse
CG18	Iniciativa y espíritu emprendedor	
	RA1	Evidencia que tiene capacidad para enfocar el problema y resolverlo de forma original
	RA2	Es original a la hora de presentar la información
ESPECÍFICAS		
CEOPT01	Conocimiento del Marketing Social y los conceptos y actividades encuadradas en el mismo, así como el papel de las Organizaciones no gubernamentales	
	RA1	Comprende las características y estrategias más destacadas en el contexto del marketing social
	RA2	Es capaz de elaborar un Plan de Marketing Social que sirva de herramienta de planificación y de control de las acciones a llevar a cabo por una entidad sin ánimo de lucro
	RA3	Comprende el rol de las ONG en la sociedad civil como agente de desarrollo y de apoyo a colectivos, así como los límites deontológicos que se marcan las entidades sin ánimo de lucro en su comunicación
CEOPT02	Conocimiento de los elementos fundamentales y diferenciales del marketing B2B o ¿marketing de empresa a empresa¿ y capacidad de aplicar estrategias de marketing industrial (empresa a empresa) a casos reales del mundo empresarial	
	RA1	Comprende la naturaleza y el desarrollo del marketing B2B así como las diferencias entre el marketing industrial y el de consumo
	RA2	Es capaz de analizar al cliente industrial y su comportamiento de compra y de desarrollar adecuadas relaciones estratégicas comprador-vendedor
	RA3	Conoce y es capaz de aplicar las principales técnicas de negociación internacional con proveedores y distribuidores



CEOPT03	Conocimiento, comprensión y capacidad de aplicación de los fundamentos y estrategias del Marketing Digital en el mercado y en un entorno digital interactivo	
	RA1	Comprende la naturaleza y el desarrollo del Marketing Digital así como las peculiaridades del Marketing digital aplicadas a las empresas
	RA2	Realiza investigaciones y selecciones de mercados exteriores así como la determinación de la mejor forma de entrada en los mismos para una empresa en particular
	RA3	Sabe cómo formular un plan de marketing internacional así como su implantación para una empresa en el exterior
CEOPT04	Conocimiento de los elementos fundamentales y diferenciales del Marketing Internacional y capacidad de aplicar estrategias de marketing internacional a casos reales del mundo empresarial	
	RA1	Comprende la naturaleza y el ámbito de aplicación del marketing internacional al igual que las diferencias entre el marketing internacional y el nacional
	RA2	Realiza investigaciones y selecciones de mercados exteriores así como la determinación de la mejor forma de entrada en los mismos para una empresa en particular
	RA3	Sabe cómo formular un plan de marketing internacional así como su implantación para una empresa en el exterior
CEOPT05	Desarrollo de habilidades de negociación comercial internacional	
	RA1	Reconoce las ventajas de una organización planificada y ordenada de cara al éxito final en la negociación.
	RA2	Desarrolla el conocimiento y empleo de técnicas de negociación para llevar a buen término una relación comercial internacional
	RA3	Desarrolla conocimientos para la negociación en entornos culturales diferentes

THEMATIC BLOCKS AND CONTENTS

TEACHING METHODOLOGY

General methodological aspects of the subject

SUMMARY STUDENT WORKING HOURS

CLASSROOM HOURS

NON-PRESENTIAL HOURS

ECTS CREDITS: 6,0 (0 hours)

EVALUATION AND CRITERIA

BIBLIOGRAPHY AND RESOURCES

In compliance with current regulations on the **protection of personal data**, we would like to inform you that you may consult the aspects related to privacy and data [that you have accepted on your registration form](#) by entering this website and clicking on "download"

<https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>