

**FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA**

Datos de la asignatura	
Nombre	FUNDAMENTOS DE MARKETING EN UN ENTORNO INTERNACIONAL
Titulación	Grado en Relaciones Internacionales
Curso	3º/4º
Créditos ECTS	4,5
Carácter	Optativa
Departamento	Marketing
Lengua de Instrucción	Español/Inglés
Descriptor	Análisis Estratégico de Marketing: Análisis externo (entorno, oferta y demanda) y Análisis Interno (segmentación, posicionamiento y cartera). Diagnóstico. Plan Estratégico de Marketing. Plan de Acción.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Pedro Palencia Alacid
Departamento	Marketing
Despacho y sede	
e-mail	<a href="mailto:p.palencia@hotmail.com">p.palencia@hotmail.com</a> ; <a href="mailto:ppalencia@comillas.edu">ppalencia@comillas.edu</a>
Teléfono	
Horario de Tutorías	1 hora semana (a concretar a comienzo de curso)

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### Contextualización de la asignatura

#### Aportación al perfil formativo y profesional de la titulación

Esta asignatura introduce los conceptos fundamentales del área de Marketing como una de las funciones más importantes de la empresa en el desarrollo del negocio, tanto en entornos locales como en los internacionales. En concreto, proporciona al estudiante los conceptos y conocimientos básicos propios de la Dirección Estratégica de Marketing, diferenciando, además, entre decisiones de marketing estratégico y las de marketing operativo en cualquier contexto, ya sea local o internacional y/o global. Además, proporciona una forma de pensar, la orientación al mercado y al cliente, que es fundamental en la gestión moderna de la empresa en los entornos nacionales e internacionales.

#### Prerrequisitos

No existen formalmente requisitos previos.

## Competencias – Objetivos

### Competencias Genéricas del título-curso

#### INSTRUMENTALES

CG11	<b>Capacidad de análisis y síntesis</b>	
	RA1	<i>Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos sencillos.</i>
	RA2	<i>Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en textos complejos.</i>
	RA3	<i>Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada.</i>
CG12	<b>Capacidad de organización y planificación</b>	
	RA1	<i>Planifica su trabajo personal de una manera viable y sistemática.</i>
	RA2	<i>Se integra y participa en el desarrollo organizado de un trabajo en grupo.</i>
	RA3	<i>Planifica un proyecto complejo.</i>
CG17	<b>Capacidad de búsqueda y gestión de la información</b>	
	RA1	<i>Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas.</i>
	RA2	<i>Dispone de diversas estrategias de búsqueda documental.</i>
	RA3	<i>Cita adecuadamente dichas fuentes.</i>
	RA4	<i>Incorpora la información a su propio discurso.</i>
	RA5	<i>Maneja bases de datos relevantes para el área de estudio.</i>
	RA6	<i>Contrasta las fuentes, las critica y hace valoraciones propias.</i>
CG18	<b>Resolución de problemas</b>	
	RA1	<i>Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas.</i>
	RA2	<i>Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.</i>
	RA3	<i>Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente.</i>
	RA4	<i>Insiste en la tarea y vuelve a intentarla cuando no se obtiene el resultado esperado o aparecen obstáculos.</i>

CGI9	<b>Toma de decisiones</b>	
	RA1	<i>Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma.</i>
	RA2	<i>Reconoce y busca alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico.</i>
	RA3	<i>Evalúa, selecciona y toma decisiones en ejercicios que simulan situaciones reales (estudios de caso o role plays).</i>
<b>PERSONALES</b>		
CGP12	<b>Trabajo en equipo</b>	
	RA1	<i>Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias.</i>
	RA2	<i>Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes.</i>
	RA3	<i>Contribuye al establecimiento y aplicación de procesos y procedimientos de trabajo en equipo.</i>
	RA4	<i>Maneja las claves para propiciar el desarrollo de reuniones efectivas.</i>
	RA5	<i>Desarrolla su capacidad de liderazgo y no rechaza su ejercicio.</i>
CGP16	<b>Trabajar en un contexto internacional</b>	
	RA1	<i>Domina la o las lenguas vehiculares.</i>
	RA2	<i>Valora la multiculturalidad y diversidad.</i>
	RA3	<i>Detecta los problemas derivados de las diferencias culturales.</i>
	RA4	<i>Conoce las necesidades específicas del trabajo en un contexto internacional.</i>
<b>SISTÉMICAS</b>		
CGS18	<b>Capacidad de trabajo intelectual</b>	
	RA1	<i>Se muestra abierto e interesado por nuevas informaciones.</i>
	RA2	<i>Cambia y adapta sus planteamientos iniciales a la luz de nuevas informaciones.</i>
	RA3	<i>Muestra curiosidad por las temáticas tratadas más allá de la calificación.</i>
	RA4	<i>Establece relaciones y elabora síntesis propias sobre los contenidos trabajados.</i>
CGS19	<b>Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica</b>	
	RA1	<i>Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas.</i>
	RA2	<i>Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación.</i>
	RA3	<i>Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas.</i>
	RA4	<i>Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real.</i>
CGS21	<b>Capacidad para generar nuevas ideas</b>	
	RA1	<i>Elabora trabajos adoptando enfoques originales.</i>
	RA2	<i>Resuelve casos prácticos aportando soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones habituales en la práctica profesional.</i>
CGS23	<b>Comprensión de culturas y de costumbres de otros países</b>	

	RA1	<i>Posee criterios de comparación entre culturas, lenguas y tradiciones.</i>
	RA2	<i>Detecta los problemas derivados de las diferencias culturales.</i>
	RA3	<i>Identifica los factores de riqueza intrínsecos a la multiculturalidad.</i>
CGS24	<b>Habilidad para trabajar y aprender de forma autónoma</b>	
	RA1	<i>Realiza sus trabajos y su actividad necesitando sólo unas indicaciones iniciales y un seguimiento básico.</i>
	RA2	<i>Busca y encuentra recursos adecuados para sostener sus actuaciones y realizar sus trabajos.</i>
	RA3	<i>Amplía y profundiza en la realización de sus trabajos.</i>
CGS25	<b>Preocupación por la calidad</b>	
	RA1	<i>Se orienta a la tarea y a los resultados.</i>
	RA2	<i>Tiene método en su actuación y la revisa sistemáticamente.</i>
	RA3	<i>Profundiza en los trabajos que realiza.</i>
	RA4	<i>Muestra apertura a la innovación y al trabajo colaborador.</i>

#### Competencias Específicas del área- asignatura

##### Conceptuales

#### CE8 – MEN Conocimiento y comprensión de los conceptos básicos y herramientas utilizadas en la Dirección Estratégica de marketing

	RA1	<i>Conoce y diferencia las competencias del Marketing Estratégico y del Marketing Operativo.</i>
	RA2	<i>Desarrolla de manera sistemática las diferentes fases establecidas en los diversos procesos de planificación y gestión de la función de marketing.</i>
	RA3	<i>Conoce las diferentes etapas de elaboración de un Plan Estratégico de Marketing.</i>

#### BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

##### Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1: Concepto y función de marketing. Marketing Estratégico y Marketing Operativo
Tema 2: Mercado, Segmentación y Posicionamiento
Tema 3: Decisiones sobre Producto y Cartera de Productos
Tema 4: Decisiones sobre Precio
Tema 5: Decisiones sobre Distribución
Tema 6: Decisiones sobre Comunicación
Tema 7: El Plan Estratégico de Marketing y el Plan Operativo de Marketing
Tema 8: La gestión de Marketing en Entornos Globales

#### METODOLOGÍA DOCENTE

##### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura se desarrolla de modo que se combinan al mismo tiempo las lecciones expositivas para la adquisición de los conocimientos y la realización de casos prácticos y trabajos para que el alumno aprenda "haciendo" y obtenga una relación emocional con la asignatura para que "piense" tanto en términos de marketing estratégico como en los de marketing operativo en un entorno internacional.

Metodología Presencial: Actividades	Competencias	% de presencialidad
AF1. Lecciones de carácter expositivo: Clases magistrales	CE8 – MEN	100 %
AF2. Ejercicios prácticos/resolución de problemas: Realización de Trabajos Dirigidos en el aula	CGI7, CGP16, CGS19, CGS24	100%
AF3. Trabajos individuales/grupales: Presentaciones orales	CGI1, CGI8, CGI9, CGP16, CGS18, CGS21, CGS23, CGS25	100 %
AF 4. Exposiciones Individuales/grupales	CGS21, CGS24, CE8 – MEN	100 %
		100%
Metodología No presencial: Actividades	Competencias	% de presencialidad
AF 5. Estudio Personal y documentación: Estudio personal de la materia	CGI2, CGI7, CGP16, CGS18, CE8 – MEN	0

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
SE 1. Examen final escrito	Conocimientos	50%
SE 2. Evaluación de ejercicios prácticos/resolución de problemas: Trabajos Individuales	Investigación, análisis, creatividad y comentarios	20%
SE 3. Evaluación de exposiciones Individuales/Grupales: Trabajos Dirigidos en el aula en grupo	Investigación, análisis, resolución de cuestiones, planteamiento, presentación y exposición	20%
SE 5. Participación activa del alumno	Asistencia a clase, actitud, interés, preguntas, exposición de trabajos / casos, etc.	10%

### Aclaraciones importantes sobre la evaluación:

- El alumno, para liberar la materia y se computen las calificaciones de los Trabajos Individuales y los Trabajos Dirigidos en la nota final, deberá necesariamente aprobar el examen ordinario final escrito.
- La nota de los Trabajos Dirigidos en grupo será la misma para todos sus componentes.
- La recuperación de los Trabajos Individuales y de los Dirigidos no será obligatoria en el caso de ser suspendidos.
- Los Trabajos Individuales y los Trabajos Dirigidos no realizados por los alumnos

deberán ser necesariamente presentados con anterioridad para que el alumno pueda acceder al examen final escrito. En caso de que el alumno suspenda el examen final escrito, pero tenga aprobados los ya mencionados Trabajos, no deberá repetirlos en sucesivas convocatorias.

- e) Una vez que el alumno haya aprobado el examen en la convocatoria de que se trate, se le realizará la media final junto con las notas obtenidas en los Trabajos individuales y los Trabajos Dirigidos.
- f) En todas las convocatorias en las que el alumno no haya superado el examen, la calificación que figurará en las Actas correspondientes será la de éste último.

<b>RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO</b>		
<b>PRESENCIALES</b>		
<b>Clases teóricas</b>	<b>Clases prácticas</b>	<b>Evaluación</b>
20	17	2
<b>NO PRESENCIALES</b>		
<b>Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos</b>	<b>Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos</b>	<b>Estudio</b>
15	28,5	30
<b>CREDITOS ECTS : 4,5</b>		<b>112,5</b>

### **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS**

<b>Bibliografía Básica</b>
<b>Libros de texto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kotler, P. y Keller, K. L., Marketing Management, Last Edition (15<sup>th</sup>), Ed. Pearson - Prentice-Hall.</li> <li>✓ CATEORA, P. R., GILLY, M. C., GRAHAM, J. L., International Marketing, 16th Edition, Ed. The McGraw-Hill Companies Inc.,USA., 2013</li> </ul>
<b>Artículos</b>
<b>Páginas web</b>
Marketing News, Marketing Directo, Anuncios, Distribución Actualidad, CanalDis, Puro Marketing, AliMarket, Brandchannel
<b>Diapositivas clase</b>
Transparencias de cada tema, accesibles vía Moodle
<b>Bibliografía Complementaria</b>
<b>Libros de texto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan.I., Marketing 3.0, Lid Editorial, 2010</li> <li>✓ Stanton, W.J. et al, Fundamentos de Marketing, última edición, Ed. McGraw Hill</li> <li>✓ Fdez. del Hoyo, A., Vilà Trepal, I., y Aguirre de Cárcer, L., International Marketing, EU McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L., Madrid 2014</li> <li>✓ Solomon, M., Bamossy, G. &amp; Askgaard, S., Consumer Behaviour: a European Perspective, 5<sup>th</sup> edition, Ed. Prentice Hall, 2013</li> </ul>