



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Fundamentos de Marketing en un entorno internacional
Código	E000006322
Título	Grado en Relaciones Internacionales
Impartido en	Grado en Relaciones Internacionales y Grado en Traducción e Interpretación [Cuarto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	4,5 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Responsable	Pedro Palencia Alacid
Horario	Lunes 08,30 - 14,30
Horario de tutorías	Solicitud a ppalencia@comillas.edu

Datos del profesorado

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil 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 el ámbito local como internacional. Específicamente, proporciona al estudiante los conceptos básicos y el conocimiento de la gestión del marketing estratégico, diferenciando entre las decisiones de marketing estratégico y el marketing operativo en cualquier contexto, ya sea local o internacional y/o global. Además, proporciona una forma de pensar, de orientación al mercado y al cliente, fundamental en la gestión moderna de la empresa en entornos nacionales e internacionales.

Prerequisitos

No hay requisitos previos formalmente.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES



CGI01	Capacidad de análisis y síntesis	
	RA1	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos sencillos
	RA2	Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en textos complejos
	RA3	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada
CGI02	Capacidad de organización y planificación	
	RA1	Planifica su trabajo personal de una manera viable y sistemática
	RA2	Se integra y participa en el desarrollo organizado de un trabajo en grupo
	RA3	Planifica un proyecto complejo
CGI03	Conocimientos básicos del área de estudios	
	RA1	Utiliza fuentes primarias sobre las diferentes materias y asignaturas
	RA2	Se interesa por las bases teóricas que sostienen su actuación profesional e identifica autores relevantes
	RA3	Conoce los aspectos clave de las disciplinas básicas que apoyan su formación.
CGI07	Capacidad de búsqueda y gestión de la información	
	RA1	Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas
	RA2	Dispone de diversas estrategias de búsqueda documental
	RA3	Cita adecuadamente dichas fuentes
	RA4	Incorpora la información a su propio discurso
	RA5	Maneja bases de datos relevantes para el área de estudio
	RA6	Contrasta las fuentes, las critica y hace valoraciones propias
CGI08	Resolución de problemas	
	RA1	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas
	RA2	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación



	RA3	Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente
	RA4	Insiste en la tarea y vuelve a intentarla cuando no se obtiene el resultado esperado o aparecen obstáculos
CGI09	Toma de decisiones	
	RA1	Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma
	RA2	Reconoce y busca alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico
	RA3	Evalúa, selecciona y toma decisiones en ejercicios que simulan situaciones reales (estudios de caso o role plays)
CGP12	Trabajo en equipo	
	RA1	Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias
	RA2	Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes
	RA3	Contribuye al establecimiento y aplicación de procesos y procedimientos de trabajo en equipo
	RA4	Maneja las claves para propiciar el desarrollo de reuniones efectivas
	RA5	Desarrolla su capacidad de liderazgo y no rechaza su ejercicio
CGP15	Reconocimiento de la diversidad y de la multiculturalidad	
	RA1	Comprende la diversidad cultural y social como un fenómeno humano y como una fuente de riqueza
	RA2	Muestra interés por el conocimiento de otras culturas
	RA3	Muestra interés por el conocimiento de otras culturas
	RA4	Respeto la diversidad cultural
CGS18	Capacidad de trabajo intelectual	
	RA1	Se muestra abierto e interesado por nuevas informaciones
	RA2	Cambia y adapta sus planteamientos iniciales a la luz de nuevas informaciones
	RA3	Muestra curiosidad por las temáticas tratadas más allá de la calificación



	RA4	Establece relaciones y elabora síntesis propias sobre los contenidos trabajados
CGS19	Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica	
	RA1	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas
	RA2	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación
	RA3	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas
	RA4	Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real
CGS21	Capacidad para generar nuevas ideas	
	RA1	Elabora trabajos adoptando enfoques originales
	RA2	Resuelve casos prácticos aportando soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones habituales en la práctica profesional
CGS22	Liderazgo	
	RA1	Asume responsabilidades dentro de ejercicios de carácter académico o en el ejercicio de actividades prácticas
	RA2	Entiende y se responsabiliza que sus actuaciones pueden tener consecuencias sobre los demás
	RA3	Es capaz de organizar y/o coordinar equipos de trabajo
CGS23	Comprensión de culturas y costumbres de otros países	
	RA1	Posee criterios de comparación entre culturas, lenguas y tradiciones
	RA2	Detecta los problemas derivados de las diferencias culturales
	RA3	Identifica los factores de riqueza intrínsecos a la multiculturalidad
CGS24	Habilidad para trabajar y aprender de forma autónoma	
	RA1	Realiza sus trabajos y su actividad necesitando sólo unas indicaciones iniciales y un seguimiento básico.
	RA2	Busca y encuentra recursos adecuados para sostener sus actuaciones y realizar sus trabajos.
	RA3	Amplía y profundiza en la realización de sus trabajos



CGS25	Preocupación por la calidad	
	RA1	Se orienta a la tarea y a los resultados
	RA2	Tiene método en su actuación y la revisa sistemáticamente
	RA3	Profundiza en los trabajos que realiza
	RA4	Muestra apertura a la innovación y al trabajo colaborador
ESPECÍFICAS		
CE08	Conocimiento de la teoría y el razonamiento económicos y capacidad de aplicarlos a cuestiones internacionales	
	RA1	Entiende los recursos, agentes, instituciones y mecanismos que forman sistemas económicos dentro del entorno internaciona
	RA2	Comprende un núcleo de principios económicos básicos y su aplicación al estudio de las Relaciones Internacionales
	RA3	Distingue y comprende los distintos niveles de análisis, individual (micro) y agregado (macro), apropiados para el estudio de problemas econó- micos.
	RA4	Tiene la capacidad de aplicar principios económicos y el razonamiento económico a distintos problemas del sistema internacional.
	RA5	Es consciente de los principios económicos que orientan y apoyan a distintas políticas gubernamentales en temas comerciales, económicos, sociales y medioambientales.
CE09	Conocimiento y comprensión de la economía política internacional	
	RA1	Comprende el funcionamiento de los mecanismos y procesos del sistema económico internacional y su contexto político, social e institucional
	RA2	Identifica los principales agentes políticos, sociales, económicos y empresariales y sus interrelaciones y poder dentro del contexto del sistema económico internacional.
	RA3	Entiende las distintas teorías empleadas en la explicación de los cambios en el sistema económico internacional
	RA4	Conoce la evolución histórica de las instituciones económicas internacionales.
	RA5	Conoce la naturaleza y las principales características de las instituciones económicas internacionales



	RA6	Es capaz de analizar el papel de las instituciones económicas internacionales en el proceso de globalización
CE10	Conocimiento y comprensión de los aspectos financieros y comerciales de las relaciones económicas internacionales	
	RA1	Entiende la teoría básica de la macroeconomía internacional
	RA2	Entiende las teorías tradicionales y modernas del comercio interindustrial e intraindustria
	RA3	Conoce los principales modelos económicos y la evidencia empírica que explican los aspectos monetarios y financieros de las relaciones económicas internacionales
	RA4	Comprende y valora los principales debates y problemas de las políticas macroeconómicas de una economía abierta.
	RA5	Es capaz de entender y evaluar críticamente las negociaciones mundiales sobre comercio y los distintos instrumentos de política comercial.
	RA6	Es capaz de entender y evaluar críticamente los principales problemas financieros internacionales.
CEMEN01	Comprensión del desarrollo histórico de la economía global	
	RA1	Comprende la evolución histórica de la economía global durante el siglo XX
	RA2	Entiende las interrelaciones entre el desarrollo de la economía internacional y el desarrollo de economías nacionales
	RA3	Comprende cómo conceptos económicos permiten interpretar circunstancias históricas reales
CEMEN02	Capacidad de analizar los problemas económicos de países en desarrollo	
	RA1	Es capaz de exponer y aplicar los principales conceptos, teorías y metodologías empleados en la economía de desarrollo
	RA2	Conoce las cuestiones más importantes y las características estructurales fundamentales de las economías en desarrollo
	RA3	Entiende las divisiones de la economía global entre países pobres y ricos y sus causas
		Valora la importancia de factores como la agricultura, la industria, el crecimiento



	RA4	de la población, el ahorro y el comercio en la explicación del desempeño económico de naciones
CEMEN03	Conocimiento y análisis de las políticas económicas de la Unión Europea	
	RA1	Comprende los parámetros analíticos que condicionan y determinan los procesos de integración europea
	RA2	Conoce los momentos históricos claves, los tratados y procesos institucionales importantes en relación a la construcción de la Unión Europea.
	RA3	Es capaz de evaluar las políticas actuales y los futuros procesos de integración europea a la luz de las teorías y los conceptos empleados en el análisis de la Unión Europea
CEMEN04	Conocimiento y comprensión de la Economía Española	
	RA1	Conoce los principales problemas macroeconómicos que afectan a la economía Española
	RA2	Conoce la problemática y el funcionamiento de los diferentes sectores que integran la Economía Española
	RA4	Identifica pautas de política económica que permiten afrontar los problemas sectoriales y globales de la Economía Española
CEMEN05	Conocer y comprender la problemática contable de cada uno de los elementos patrimoniales y su incidencia en las cuentas anuales de la empresa, conforme a la normativa general contable y para PYMES y normas contables internacionales	
	RA1	Conoce la problemática contable y los criterios de valoración de cada uno de los elementos patrimoniales que forman parte del activo, pasivo y neto de la empresa
	RA2	Comprende e interpreta la información suministrada por los estados financieros de una empresa
	RA3	Elabora los principales estados financieros de una empresa
CEMEN06	Conocimiento general de la empresa y comprensión de los fundamentos de la dirección y la gestión empresarial	
	RA1	Comprende qué es una empresa, cual es su razón de ser y qué papel desempeña en la sociedad
	RA2	Es capaz de entender cómo y para qué se organizan y dirigen las empresas



	RA3	Reconoce la importancia de la definición de los objetivos empresariales y la relación que la empresa establece con su entorno para cumplirlos
CEMEN07	Conocimiento y capacidad de análisis del sistema financiero: intervinientes, mercados y productos financieros y normativa aplicable	
	RA1	Conoce el sistema financiero, los flujos financieros del sistema económico, los agentes, instituciones, organismos supervisores, productos y mercados nacionales e internacionales
	RA2	Conoce y distingue los tipos de mercados monetarios y de capita
	RA3	Sabe aplicar los conocimientos aprendidos a la toma de decisiones reales en productos y mercados financieros
CEMEN08	Conocimiento y comprensión de los conceptos básicos y herramientas utilizadas en la Dirección Estratégica de Marketing	
	RA1	Conoce y diferencia las principales competencias del Marketing Estratégico y del Marketing Operativo
	RA2	Desarrolla de manera sistemática las diferentes fases establecidas en los diversos procesos de planificación y gestión de la función de marketing
	RA3	Conoce las diferentes etapas de elaboración de un Plan Estratégico de Marketing
CEMEN09	Conocimiento y comprensión de las distintas áreas de las finanzas corporativas como partes fundamentales y profundamente interrelacionadas con la estrategia de la empresa conducente a la creación de valor	
	RA1	Conoce y comprende los distintos métodos de selección de inversiones
	RA2	Conoce los conceptos teóricos sobre valoración de empresas y los diferentes métodos de valoración de empresas
	RA3	Conoce las principales teorías existentes sobre cómo se puede crear o no valor a través de la política de endeudamiento
CEMEN10	Conocimiento de la función de personal en las organizaciones y las estrategias de planificación de los RRHH	
	RA1	Justifica la función de personal de las organizaciones, su evolución en el tiempo, el cambio de la dirección de personal con una visión administrativa, a una dirección de recursos humanos con un enfoque estratégico
		Reconoce cómo una correcta gestión de los recursos humanos influye en la



	RA2	empresa siendo una ventaja competitiva explicando la vinculación existente entre el capital humano y el valor de mercado de una compañía
CEMEN11	Conocimiento y aplicación de las herramientas de apoyo al directivo para la planificación, implantación y control de la estrategia de la empresa	
	RA1	Reconoce las distintas herramientas de apoyo al directivo de la empresa para la planificación, la implantación y el control estratégicos, y las relaciona con elementos aislados dentro de situaciones empresariales reales
	RA2	Entiende las limitaciones de las herramientas de planificación, de implantación y de control estratégicos, y las condiciones en que se puede hacer un uso óptimo de las mismas, dentro de un marco de responsabilidad ética profesional
	RA3	Aplica las principales las herramientas de planificación, implantación y control estratégicos para obtener con ellas decisiones estratégicas eficientes

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1: Concepto y función del marketing. Marketing estratégico y marketing operativo

Tema 2: Mercado, segmentación y posicionamiento

Tema 3: Decisiones sobre productos y carteras de productos

Tema 4: Decisiones sobre precios

Tema 5: Decisiones de distribución

Tema 6: Decisiones en materia de comunicación

Tema 7: Plan estratégico de marketing y plan operativo de marketing

Tema 7: Plan estratégico de marketing y plan operativo de marketing

Tema 8: La gestión del marketing en entornos globales

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

El tema se desarrolla de manera que combina al mismo tiempo las lecciones expositivas para la adquisición del conocimiento y la realización de casos prácticos y funciona de manera que el alumno aprenda "haciendo" y obtenga una relación emocional con el tema " a pensar " tanto en términos de marketing estratégico como de marketing operativo en un entorno internacional.



Metodología Presencial: Actividades

Clases Magistrales	CE08, CEMEN08, CEMEN11
Trabajos Dirigidos	CGP15, CGS19, CGS24, CGI07
Presentaciones Orales	CGI08, CGI09, CGP15, CGS18, CGS21, CGS23, CGS25, CGI01
Tutorías	CGI08, CGI09, CGP15, CGS19, CGS23, CGS25, CGI01

Metodología No presencial: Actividades

Preparación de clases (Lectura previa)	CE08, CEMEN06, CEMEN11
Lectura de material complementario recomendado	CGI08, CGP15, CGS21, CGS23, CGS24, CGS25, CGI01, CGI02, CE08, CEMEN01, CEMEN08, CEMEN11
Estudio teórico individual	CGP15, CGS18, CGI02, CGI07, CE08, CEMEN06, CEMEN11
Realización de Prácticas Individuales	CGS19, CGS21, CGS24, CGS25, CE08, CEMEN06, CEMEN11
Realización de investigación y su documentación	CGI08, CGI09, CGP15, CGS18, CGS21, CGS24, CGS25, CGI01, CGI02, CGI07

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES		
Lecciones de carácter expositivo	Trabajos individuales/grupales	Ejercicios prácticos/resolución de problemas



20.00	17.00	2.00
HORAS NO PRESENCIALES		
Trabajos individuales/grupales	Ejercicios prácticos/resolución de problemas	Estudio personal y documentación
15.00	28.50	30.00
CRÉDITOS ECTS: 4,5 (112,50 horas)		

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Calificaciones

Aclaraciones importantes sobre la evaluación:

1. El alumno, para liberar la materia y contabilizar las calificaciones de los trabajos individuales y de los trabajos dirigidos en la nota final, debe aprobar necesariamente el examen ordinario final escrito.
2. La nota de los trabajos dirigidos en grupo será la misma para todos sus componentes.
3. La recuperación de los trabajos individuales y dirigidos no será obligatoria en caso de suspenso.
4. El trabajo individual y el trabajo dirigido no realizado por los estudiantes deben ser presentados previamente para que el estudiante pueda acceder al examen final escrito. En el caso de que el alumno suspenda el examen escrito final, pero haya aprobado los trabajos antes mencionados, no deberá repetirlos en convocatorias sucesivas.
5. Una vez que el alumno haya aprobado el examen en la convocatoria en cuestión, se realizará la media final junto con las notas obtenidas en las obras individuales y en las obras dirigidas.
6. En todas las convocatorias en las que el alumno no haya superado el examen, la calificación en el acta correspondiente será la de este último.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Exposición Tema 1	Semana 1	Semana 1
Exposición Tema 2	Semana 2	Semana 2
Exposición Tema 2 y TD1	Semana 2/3	Semana 3
Exposición Tema 3	Semana 4	Semana 4
Exposición Tema 4 y TD 2	Semana 4/5	Semana 5



Exposición Tema 4 y TD 3	Semana 6	Semana 6
Exposición Tema 5 y TD 4	Semana 7	Semana 7
Exposición Tema 6	Semana 8	Semana 8
Exposición Tema 6 y TD 5	Semana 8/9	Semana 9
Exposición Tema 7	Semana 10	Semana 10
Exposición Tema 7 y TD 6	Semana 11	Semana 11
Exposición Tema 8	Semana 11/12	Semana 12
Exposición Tema 8 y TD 7	Semana 1-12	Semana 13
Trabajos individuales según opciones:		
Opción A: búsqueda de noticias relacionadas con los temas de clase	Mínimo 5	Después de la última sesión correspondiente al tema
Opción B: búsqueda y montaje de ejemplos reales relacionadas con los temas de clase	Mínimo 5	Después de la última sesión correspondiente al tema

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- KOTLER, P. y KELLER, K. L., Marketing Management, Last Edition (15th), Ed. Pearson - Prentice-Hall.
- CATEORA, P. R., GILLY, M. C., GRAHAM, J. L., International Marketing, 16th Edition, Ed. The McGraw-Hill Companies Inc.,USA., 2013

Create Versión: Fdez. del Hoyo, A., Vilà Trepas, I., y Aguirre de Cárcer, L., International Marketing, EU McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L., Madrid 2014

Bibliografía Complementaria

Textos:



- Baines Paul and Chris Fill 2017, Fundamentals of Marketing
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan.I., 2010, Marketing 3.0, Lid Editorial
- Russell, Edward 2017, The Fundamentals of Marketing
- Santesmases Mestre, Miguel and Merino Sanz, Jesús 2011, Fundamentals of Marketing (Economía y Empresa)
- Solomon, M., Bamossy, G. & Askgard, S., 2013, Consumer Behaviour: a European Perspective, 5th edition, Ed. Prentice Hall,
- Stanton, W.J. et al, Fundamentos de Marketing, última edición, Ed. McGraw

Websites:

- AliMarket <https://www.alimarket.es/>
- Brandchannel <https://www.brandchannel.com/>
- CanalDis <https://www.canaldis.com/>
- Distribución Actualidad <https://www.distribucionactualidad.com/>
- Marketing Directo <https://www.marketingdirecto.com/>
- Marketing News <https://www.marketingnews.es/>
- Puro Marketing <https://www.puromarketing.com/>

Presentaciones (PPTs):

- En Moodle de la asignatura
-

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"
[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)

SUBJECT DATASHEET

Subject Data	
Name	Marketing Fundamentals in an international environment
Academic Degree	RITI
Course	4º
ECTS Credits	4,5
Character	Optional
Department	Marketing
Instruction Language	English
Descriptor	Strategic analysis of Marketing; External analysis (environment, Supply and demand) and internal analysis (segmentation, positioning and portfolio). Diagnosis. Strategic Marketing Plan. Plan of action.

Teacher Data	
Professor	
Name	Pedro Palencia Alacid
Department	Marketing
Office	
e-mail	p.palencia@hotmail.com ; ppalencia@comillas.edu
Teléfono	
Tutoring schedule	1 hour per week

SUBJECT-SPECIFIC DATA

Contextualisation of the subject
Contribution to the formative and professional profile of the qualification
This subject introduces the fundamental concepts of the Marketing area as one of the most important functions of the company in the development of the business, in both local and international environments. Specifically, it provides the student with the basic concepts and knowledge of strategic marketing management, differentiating among strategic marketing decisions and operational marketing in any context, whether local or International and/or global. In addition, it provides a way of thinking, market orientation and customer, which is fundamental in the modern management of the company in national and international environments.
Prerequisites
There are No prerequisites formally.

Competencies-Objectives		
Generic title-Course Competencies		
INSTRUMENTAL		
CGI1	Analytical and synthesis capacity	
	RA1	Describes, relates and interprets situations and simple approaches.
	RA2	Select the most significant elements and their relationships in complex texts.
	RA3	It identifies the lack of information and establishes relations with elements external to the situation posed.
CGI2	Organizational and planning capacity	
	RA1	Plan your personal work in a viable and systematic way.
	RA2	It integrates and participates in the organized development of a group work.
	RA3	<i>Plan a complex project.</i>
CGI7	Ability to search and manage information	
	RA1	<i>It is able to search and analyze information from diverse sources.</i>
	RA2	<i>It has several documentary search strategies.</i>
	RA3	<i>Appropriately cites these sources.</i>
	RA4	<i>It incorporates the information to its own discourse.</i>
	RA5	<i>Manages databases relevant to the study area.</i>
	RA6	<i>It contrasts the sources, criticizes them and makes own appraisals.</i>
CGI8	Troubleshooting	
	RA1	Properly identifies and defines the problem and its possible causes.
	RA2	It raises possible relevant solutions and designs an action plan for its implementation.
	RA3	Identifies problems before their effect becomes apparent.
	RA4	He insists on the task and tries again when the expected result is not obtained or obstacles appear.
CGI9	Decision Making	
	RA1	<i>It has the capacity to make decisions in an autonomous way.</i>

	RA2	<i>Recognizes and seeks alternatives to the difficulties of theoretical and practical learning.</i>
	RA3	<i>Evaluates, selects and makes decisions in exercises that simulate real situations (case studies or role-plays).</i>
PERSONAL		
CGP12	Teamwork	
	RA1	<i>Actively participates in group work by sharing information, knowledge and experiences.</i>
	RA2	<i>It is aimed at achieving common agreements and objectives.</i>
	RA3	<i>Contributes to the establishment and implementation of processes and procedures of teamwork.</i>
	RA4	<i>Manages the keys to promote the development of effective meetings.</i>
	RA5	<i>He develops his leadership skills and does not reject his exercise.</i>
CGP16	Working in an international context	
	RA1	<i>It dominates the language or the vehicular languages.</i>
	RA2	<i>It values multiculturalism and diversity.</i>
	RA3	<i>It detects the problems derived from cultural differences.</i>
	RA4	<i>Knows the specific needs of work in an international context.</i>
SYSTEMIC		
CGS18	Intellectual work capacity	
	RA1	<i>It shows open and interested in new information.</i>
	RA2	<i>It changes and adapts its initial approaches in the light of new information.</i>
	RA3	<i>He is curious about the topics covered beyond qualification.</i>
	RA4	<i>Establishes relationships and elaborates own synthesis on the contents worked.</i>
CGS19	Ability to apply knowledge to practice	
	RA1	<i>It determines the scope and practical usefulness of theoretical notions.</i>
	RA2	<i>Correctly identifies the knowledge applicable to each situation.</i>
	RA3	<i>It links knowledge with different professional or practical applications.</i>
	RA4	<i>It solves practical cases that present a real professional situation.</i>
CGS21	Ability to generate new ideas	
	RA1	<i>Develops work by adopting original approaches.</i>
	RA2	<i>Solves practical cases providing new and different solutions to problems and situations common in professional practice.</i>
CGS23	Understanding of cultures and customs of other countries	
	RA1	<i>It has criteria for comparison between cultures, languages and traditions.</i>
	RA2	<i>It detects the problems derived from cultural differences.</i>
	RA3	<i>Identifies the factors of wealth intrinsic to multiculturalism.</i>
CGS24	Ability to work and learn independently	
	RA1	<i>It performs its work and its activity in need of only initial indications and a basic follow-up.</i>

	RA2	Search and find adequate resources to support your actions and perform your work.
	RA3	It expands and deepens in the accomplishment of its works.
CGS25	Concern for quality	
	RA1	It is oriented to the task and the results.
	RA2	He has a method in his performance and systematically reviews it.
	RA3	Delves into the work he does.
	RA4	It shows openness to innovation and collaborating work.

Specific competences of the subject area		
Conceptual		
CE8 – MEN Knowledge and understanding of the basic concepts and tools used in the strategic marketing direction		
	RA1	<i>Knows and differentiates the competencies of strategic marketing and operational marketing.</i>
	RA2	<i>It systematically develops the different phases established in the various processes of planning and management of the marketing function.</i>
	RA3	<i>Learn about the different stages of developing a strategic Marketing Plan.</i>

THEMATIC AND CONTENT BLOCKS

Contents-Thematic blocks
Theme 1: Marketing concept and function. Strategic Marketing and operational marketing
Theme 2: Market, segmentation and positioning
Theme 3: Product and portfolio decisions
Theme 4: Price decisions
Theme 5: Distribution decisions
Theme 6: Communication decisions
Theme 7: Strategic Marketing plan and marketing operational plan
Theme 8: Marketing Management in global environments

TEACHING METHODOLOGY

<p>The subject is developed in a way that combines at the same time the expository lessons for the acquisition of the knowledge and the realization of practical cases and works so that the student learns "doing" and obtains an emotional relation with the subject To "think" both in terms of strategic marketing and operational marketing in an international environment.</p>		
Classroom Methodology: Activities	Competences	Classroom Methodology:
AF1. Master Classes	CE8 – MEN	100 %
AF2. Carrying out works directed in the classroom	CGI7, CGP16, CGS19, CGS24	100%
AF3. Oral presentations	CGI1, CGI8, CGI9, CGP16, CGS18, CGS21, CGS23, CGS25	100 %
AF 4. Tutoring assistance	CGS21, CGS24, CE8 – MEN	100 %
AF 5. Conducting Tests and tests	CGI1, CGI8, CGI9, CGP16, CGS19, CGS23, CGS25	100%
Non-presence methodology: Activities	Competences	% of Presence
AF 6. Preparation of the topics. Pre-Reading	CE8 – MEN	
AF 7. Reading the recommended complementary material	CGI1, CGI2, CGS18, CGP16, CGS21, CGS23, CGS24, CGS25, CE8 – MEN	
AF 8. Personal study of matter	CGI2, CGI7, CGP16, CGS18, CE8 – MEN	
AF 9. Performing individual practices	CGS19, CGS21, CGS24, CGS25, CE8 – MEN	
AF 10. Conducting research and documentation activities	CGI1, CGI2, CGI7, CGI8, CGI9, CGP16, CGS18, CGS21, CGS24, CGS25	

EVALUATION AND QUALIFICATION CRITERIA

Evaluation activities	Criteria	PESO
SE 1. Written final Exam	Knowledge	50%
SE 2. Individual jobs	Research, analysis, creativity and comments	20%
SE 3. Works directed in the classroom in group	Research, analysis, resolution of issues, approach, presentation and exposure	20%
SE 4. Active student participation	Attendance to class, attitude, interest, questions, exposure of works/cases, etc.	10%

Important clarifications on the evaluation:

- A. The pupil, in order to release the matter and to compute the qualifications of the individual works and the works directed in the final note, must necessarily approve the written final ordinary examination.
- B. The note of the works directed in-group will be the same for all its components.
- C. The recovery of individual and directed works shall not be compulsory in the event of suspension.
- D. Individual work and directed work not performed by students must be pre-submitted so that the student can access the final written exam. In the event that the student suspends the final written examination, but has approved the aforementioned works, he should not repeat them in successive calls.
- E. Once the student has approved the examination in the call in question, the final mean will be made along with the notes obtained in the individual works and the directed works.
- F. In all calls in which the student has not passed the examination, the qualification in the corresponding minutes shall be that of the latter.

SUMMARY OF THE WORK PLAN AND SCHEDULE

Presence and non-presence activities	Date of Realization	Date of Delivery
Exhibition Theme 1	Week 1	Week 1
Exhibition Theme 2	Week 2	Week 2
Exhibition Theme 2 and GC1	Week 2/3	Week 3
Exhibition Theme 3	Week 4	Week 4
Exhibition Theme 4 and GC 2	Week 4/5	Week 5
Exhibition Theme 4 and GC 3	Week 6	Week 6
Exhibition Theme 5 and GC4	Week 7	Week 7
Exhibition Theme 6	Week 8	Week 8
Exhibition Theme 6 and GC 5	Week 8/9	Week 9
Exhibition Theme 7	Week 10	Week 10
Exhibition Theme 7 and GC6	Week 11	Week 11
Exhibition Theme 8	Week 11/12	Week 12
Exhibition Theme 8 and GC7	Week 1-12	Week 13
Individual works, according to option		
➤ Search for real news related to the topics exposed	Minimum 5	After the last session corresponding to the chosen topic
➤ Search and "montage" of real examples related to the topic	Minimum 5	After the last session corresponding to the chosen topic

SUMMARY STUDENT WORKING HOURS		
Classroom hours		
Theoretical classes	Practical Classes	Evaluation
20	17	2
Non-Classroom hours		
Autonomous work on theoretical contents	Autonomous work on practical contents	Study
15	28,5	30
ECTS credits : 4,5		112,5

BIBLIOGRAPHY AND RESOURCES

Basic Bibliography
Textbooks
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kotler, P. y Keller, K. L., Marketing Management, Last Edition (15th), Ed. Pearson - Prentice-Hall. ✓ CATEORA, P. R., GILLY, M. C., GRAHAM, J. L., International Marketing, 16th Edition, Ed. The McGraw-Hill Companies Inc.,USA., 2013 Create Versión: Fdez. del Hoyo, A., Vilà Trepát, I., y Aguirre de Cárcer, L., International Marketing, EU McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.,
Web pages
<ul style="list-style-type: none"> • AliMarket https://www.alimarket.es/ • Brandchannel https://www.brandchannel.com/ • CanalDis https://www.canaldis.com/ • Distribución Actualidad https://www.distribucionactualidad.com/ • Marketing Directo https://www.marketingdirecto.com/ • Marketing News https://www.marketingnews.es/ • Puro Marketing https://www.puromarketing.com/
Class presentations
Ppt's in the intranet
Complementary Bibliography
Textbooks and Articles
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Baines Paul and Chris Fill 2017, Fundamentals of Marketing ✓ Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan.I., 2010, Marketing 3.0, Lid Editorial ✓ Russell, Edward 2017,The Fundamentals of Marketing ✓ Santesmases Mestre, Miguel and Merino Sanz, Jesús 2011, Fundamentals of Marketing (Economía y Empresa) ✓ Solomon, M., Bamossy, G. & Askgaard, S., 2013, Consumer Behaviour: a European Perspective, 5th edition, Ed. Prentice Hall, ✓ Stanton, W.J. et al, Fundamentos de Marketing, última edición, Ed. McGraw Hill