

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Marketing Global / Global Marketing
Código	E000006047
Título	Máster Universitario en Dirección Internacional de Empresas/Master in International Management por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Máster Universitario en Dirección Internacional de Empresas/Master in International Management [Primer Curso]
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Javier Morales Mediano
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Despacho	Alberto Aguilera 23 [C-222]
Correo electrónico	jmorales@icade.comillas.edu
Teléfono	4582

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
<p>La asignatura Global Marketing aborda una serie de contenidos imprescindibles para el desarrollo profesional de los alumnos en ámbitos internacionales. Es por ello que la asignatura cubre todos los aspectos clave para la realización de un plan de marketing en un entorno global, desde el desarrollo de los objetivos y estrategia del mismo, hasta el plan de acción que engloba las cuatro Ps del marketing operativo: precio, producto, promoción y distribución.</p> <p>El objetivo es incidir en las particularidades en la gestión e implementación del marketing mix en un escenario global, frente al marketing en general. Es por ello que se aborda la coordinación de los planes de marketing en cada mercado, que corresponderán a diferentes grados de compromiso con cada uno de ellos y que implicarán una determinada inversión y un mayor o menor contacto con el cliente final, lo cual se convierte en una prioridad estratégica.</p>

Competencias - Objetivos
Competencias
GENERALES
Capacidades cognitivas de análisis y síntesis aplicadas a situaciones de negocios globales y a problemáticas organizativas



CG01	Capacidades cognitivas de análisis y síntesis aplicadas a situaciones de negocios globales y a problemáticas organizativas de gestión internacional	
	RA1	Es capaz de enfrentarse con el estudio analítico de casos y escenarios, así como de llevar a efecto síntesis de información y de datos
CG02	Gestión de la información y de datos como elementos clave para la toma de decisiones y la identificación, formulación y resolución de problemas empresariales	
	RA1	Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas
	RA2	Busca, conoce, sintetiza y utiliza adecuadamente datos primarios y secundarios procedentes de diversas fuentes
	RA3	Discierne el valor y la utilidad de diferentes fuentes y tipos de información, contrastándolas, analizándolas críticamente e incorporando valoraciones propias
	RA4	Incorpora la información a su propio discurso
	RA5	Cita adecuadamente las fuentes que utiliza
CG03	Resolución de problemas y toma de decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo de una organización empresarial multinacional, teniendo en cuenta la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y de negocio, así como entre los distintos mercados geográficos	
	RA1	Conoce y comprende las diferentes estrategias de internacionalización que puede poner en práctica una empresa global, identificando sus implicaciones en las decisiones de inversión, de financiación y de marketing
	RA2	Es capaz de enfrentarse con el estudio analítico de casos, haciendo uso de información y datos, en muchos casos incompletos
	RA3	Identifica y define, adecuada y proactivamente, el problema y sus posibles causas
	RA4	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación
CG04	Aplicación de conceptos y teorías a organizaciones empresariales existentes y/o de nueva creación, para descubrir nuevas oportunidades de negocio y lograr la generación de ventajas competitivas duraderas en el escenario internacional.	
	RA1	Relaciona conceptos de manera interdisciplinar o transversal
	RA2	Sabe establecer novedades e introducir nuevas ideas para la aplicación de la teoría al ejercicio práctico de la dirección financiera, de marketing y de proyectos en un escenario internacional
	RA3	Identifica correctamente los conocimientos y las herramientas aplicables a cada situación
	RA4	Determina el alcance y la utilidad de las nociones teóricas
	Ejercicio de una mentalidad global aplicada a la escucha, la negociación y el trabajo en equipos multidisciplinares para	



CG05	poder operar de manera efectiva en distintos cometidos, y, cuando sea apropiado, asumir responsabilidades de liderazgo en una organización internacional.	
	RA1	Utiliza el diálogo para colaborar y generar buenas relaciones
	RA2	Escucha las opiniones de los demás y establece diálogos constructivos
	RA3	Es capaz de realizar un intercambio persuasivo de ideas a través de un proceso negociador para llegar a acuerdos con otros
	RA4	Conoce la técnica del debate y la oratoria y sabe emplearla en cuestiones profesionales
	RA5	Valorar el potencial del conflicto como motor de cambio e innovación
	RA6	Comunica sus ideas de manera efectiva y argumentada
	RA7	Busca el valor de los demás miembros de equipo y potencia sus habilidades y fortalezas, haciendo que se sientan parte importante del equipo
	RA8	Lidera el trabajo del equipo, organizando y delegando las tareas correctamente
CG06	Compromiso ético en la aplicación de valores morales universales y de la organización frente a dilemas éticos y de responsabilidad social corporativa, con especial sensibilidad ante la diversidad internacional.	
	RA1	Asume la deontología y los valores asociados al desempeño de la profesión
	RA2	Persigue la excelencia en las actuaciones profesionales
	RA3	Asume una actitud responsable hacia las personas, y con los medios y los recursos que se utilizan o gestionan en una organización
	RA4	Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta pueden tener para los demás
	RA5	Incorpora en su discurso y en sus propuestas de actuaciones, las consecuencias que las mismas pueden tener para los distintos stakeholders de una organización global
	RA6	Comprende y valora perspectivas culturales e ideológicas distintas
	RA7	Es sensible a la dimensión ética de los problemas sociales y ecológicos
CG07	Capacidad de gestión del tiempo con el objetivo de mejorar la efectividad personal y del equipo dentro del marco de las organizaciones empresariales, su entorno y su gestión	
	RA1	Es capaz de organizarse y cumplir con los plazos asignados a las tareas
	RA2	Jerarquiza tiempos y energías a la hora de llevar a efecto su estudio
CG08	Razonamiento crítico y argumentación acorde con la comprensión del conocimiento y del saber sobre las organizaciones empresariales multinacionales, su contexto externo y su proceso de administración y dirección	



	RA1	Identifica los supuestos y las limitaciones de métodos y teorías
	RA2	Identifica, establece y contrasta hipótesis, variables y resultados de manera lógica y crítica
	RA3	Es capaz de construir un discurso propio, en un contexto de debate y de intercambio de opiniones
CG09		Capacidad de aprendizaje autónomo para seguir formándose, en el desarrollo de las habilidades cognitivas y en la adquisición de los conocimientos relevantes aplicados a la actividad profesional y empresarial de un manager internacional
	RA1	Es capaz de recopilar, preparar y ampliar información con carácter previo a su participación en actividades que implican la construcción de un discurso propio argumentado o la propuesta de soluciones innovadoras a un problema
	RA2	Realiza sus trabajos y su actividad necesitando sólo unas indicaciones iniciales y un seguimiento básico, poniendo en práctica las habilidades necesarias para la investigación independiente
	RA3	Busca y encuentra recursos adecuados para sostener sus actuaciones y realizar sus trabajos
	RA4	Amplía y profundiza en la realización de sus trabajos
	RA5	Lee, sintetiza y es capaz de llevar a efecto reseñas de libros y monografías
ESPECÍFICAS		
CE08		Conocimiento y comprensión del efecto que la actividad internacional de la empresa tiene sobre las decisiones de inversión y financiación, así como de las oportunidades y de los riesgos derivados de la existencia de mercados financieros internacionales y de operar en distintas divisas
	RA1	Reconoce y valora los retos inherentes a la dirección financiera corporativa multinacional
	RA2	Demuestra comprensión de los factores que determinan el coste del capital en el escenario internacional
	RA3	Conoce el mercado de divisas y los determinantes de las fluctuaciones de precios
	RA4	Es capaz de analizar las relaciones de paridad de las distintas divisas
	RA5	Conoce los mecanismos de cobertura del riesgo y es capaz de aplicarlos en la práctica
	RA6	Aplicar los modelos de valoración de activos en el ámbito internacional
	RA7	Comprende el concepto de riesgo-país y su importancia en los negocios internacionales
CE09		Conocimiento y comprensión de las singularidades propias del marketing global, así como de las diferencias en la aplicación de las estrategias y herramientas de marketing cuando se actúa en ambientes multiculturales o se aspira a un consumidor global
	RA1	Reconoce y valora los retos inherentes a la dirección de marketing en un entorno competitivo internacional



	RA2	Comprende las diferencias entre marketing doméstico, internacional, multinacional y global
	RA3	Es capaz de diseñar un plan de marketing global
	RA4	Es capaz de adaptar y diferenciar las variables principales del marketing#mix en un contexto multicultural
	RA5	Desarrolla un plan de medios global para impulsar una marca en el escenario internaciona
	RA6	Selecciona los canales de distribución adecuados para los productos según el mercado geográfico
	RA7	Es capaz de evaluar críticamente información y datos sobre mercados mundiales y explotarla en el desarrollo de una investigación práctica
	RA8	Es capaz de identificar y valorar las implicaciones de esa información en la actividad de marketing de una empresa concreta o respecto de un producto específico
CE10		Capacidad de identificar y de comprender las dinámicas y las prácticas más actuales en la dirección de empresas globales, aplicándolas llegado el caso a situaciones reales.
	RA1	Exhibe su interés por extender su formación y se muestra actualizado en sus intervenciones
	RA2	Muestra su interés por el contacto con profesionales, participando activamente en aquellas actividades que le permiten aproximarse a la práctica profesional de la dirección internacional
	RA3	Conoce y consulta de manera habitual los organismos, los foros profesionales y las publicaciones que le permitan mantenerse actualizado en la práctica profesional
	RA4	Identifica mediante el contacto con profesionales, gracias a su participación en casos prácticos y eventos, y la asistencia a conferencias, entre otras actividades, los retos y las herramientas de gestión para las distintas áreas funcionales de una empresa global, siendo capaz de proponer actuaciones para la resolución de problemas reales
CEOPT07		Conocimiento y comprensión sobre gestión de proyectos y de carteras de proyectos internacionales, que capacitan al alumno para su ejercicio práctico dentro de empresas globales
	RA1	Conoce y comprende las competencias claves de la gestión de proyectos internacionales, relativas a la planificación, el control de recursos y el riesgo de gestión, que le permitirán operar con eficacia y eficiencia en un entorno de proyectos globales
	RA2	Comprende los procesos empleados en la gestión de proyectos profesionales internacionales (por ejemplo, definir objetivos, documentación de la iniciación del proyecto [PID], Diagrama ERP y Workflow, etc.), y los aplica en la preparación de una propuesta de proyecto y en los documentos clave
	RA3	Aplica herramientas de gestión de proyectos adecuadas (Diagrama de Gantt, Pert/CPM y el Método de la Cadena Crítica)
	RA4	Adopta un enfoque de proyecto cuando se enfrenta a la gestión de un programa de actividades interrelacionadas entre sí



RA5	Es capaz de explicar las limitaciones de un proyecto en términos de tiempo, coste y calidad, y evaluar críticamente distintos proyectos de acuerdo a su resultado frente a estas restricciones
RA6	Conoce y evalúa diferentes metodologías de gestión de proyectos (como PRINCE, EPM y ERP, entre otros), prestando especial atención a la planificación y gestión de recursos y a la evaluación de riesgos
RA7	Es capaz de formular un plan de gestión adecuado para cualquier proyecto internacional

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

PARTE I

1. Introducción al marketing global
2. Análisis del entorno de mercado global
3. Modos de entrada en mercados internacionales
4. Plan de marketing internacional

PARTE II

5. El producto y la marca a nivel internacional
6. Estrategias de fijación de precios globales
7. Las estrategias de distribución internacional
8. La estrategia de comunicación internacional

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

- Lecciones de carácter expositivo
- Presentaciones orales de trabajos
- Discusión de casos de negocio
- Aprendizaje colaborativo

Metodología No presencial: Actividades

- Estudio individual y lectura organizada



Análisis y resolución de casos y ejercicios, individuales o colectivos

Tutoría académica

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES			
Análisis y resolución de casos y ejercicios, individuales o colectivos	Lecciones de carácter expositivo	Presentaciones orales de temas, casos, ejercicios y trabajos	
30.00	28.00	2.00	
HORAS NO PRESENCIALES			
Estudio individual, documentación y lectura organizada	Análisis y resolución de casos y ejercicios, individuales o colectivos	Aprendizaje colaborativo	Monografía de carácter teórico y/o práctico
30.00	20.00	20.00	20.00
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)			

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen	Aplicación de conocimientos teóricos a la prácticas	50
Trabajos individuales	Aplicación de conocimientos teóricos a la prácticas	15
Participación del alumno	Aplicación de conocimientos teóricos a la prácticas	5
Casos prácticos	Aplicación de conocimientos teóricos a la prácticas	15
Autoevaluación	Aplicación de conocimientos teóricos a la prácticas	5
Presentación	Competencias de comunicación oral	10

Calificaciones

STUDENTS WITH SCHOOLING EXEMPTION

Students with schooling exemption are not required to attend to class, so the course grade will consist on a Final Exam (100%).

EVALUATION IN EXTRA EXAM

After the Final exam:

Students failing the ordinary Final Exam will have the opportunity of an Extraordinary Exam, whose minimum qualification required= 5.00 points (from a max. of 10.00). Weights will be applied only if Extraordinary Exam qualification is equal or higher than the minimum required.

Students passing the ordinary Final Exam but failing the course, will have the opportunity of an Extraordinary Exam. Course grade will consist on the Extraordinary Exam grade (100%).

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

HOLLENSEN, S. (2016): *Global Marketing. A market-responsive approach*. Pearson Education Limited, 7th Ed.

CATEORA, P. R.; GILLY, M. C.; GRAHAM, J. L. (2013): *International Marketing*. McGrawhill, 16th edition.

KEEGAN, W. J.; GREEN, M. S. (2009): *Global Marketing*. Prentice-Hall.

KOTLER, P., ARMSTRONG, G., HARRIS, L. and PIERCY, N. (2013): *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited, 6th European Edition.

Bibliografía Complementaria

JOBBER, D. and FAHY, J. (2006): *Foundations Of Marketing*. McGraw-Hill.

DIBB, S. Y PRIDE, F. (2000): *Marketing: Concepts And Strategies (4th Ed.)* Houghton Mifflin

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)