

GUÍA DOCENTE
CURSO 2019/2020

1.- ASIGNATURA	
1.1.- MATERIA (ÁREA DE CONOCIMIENTO)	Marketing general y estratégico
1.2.- DENOMINACIÓN	Introducción a la internacionalización de empresas
2.- PROFESOR/A (S)	Beatriz Iñárritu
3.- CARACTERÍSTICAS	
3.1.- CARÁCTER	Obligatoria
3.2.- EXTENSIÓN (créditos)	6
3.3.- CURSO	Segundo
3.4.- CUATRIMESTRE	Segundo
4.- COMPETENCIAS GENERALES	CG5 Utilizar las Tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito del estudio y en el contexto profesional, a nivel de usuario, para permitir el acceso a fuentes de información, como medio de comunicación, relación y almacenamiento de información, como herramienta de aprendizaje e investigación, etc.
	CG6 Ser capaz de buscar, seleccionar y gestionar información por distintos medios.
5.- COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CE15 Ser capaz de elaborar estrategias para el desarrollo de mercados.
6.- CONTENIDOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL, conceptos clave, tipologías de internacionalización, razones, dificultades, retos. 2. MARKETING INTERNACIONAL: estrategias de producto, precio, distribución y comunicación. 3. PANORAMA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN: estadísticas clave, variables macroeconómicas, evolución reciente. 4. LA UNIÓN EUROPEA: Mercado Único, Política Comercial Común, Unión Aduanera.
7. METODOLOGÍA	<p>Sesiones magistrales: exposición de conceptos teóricos básicos</p> <p>Exposición de ejemplos y casos prácticos de empresas internacionalizadas</p> <p>Seguimiento de la actualidad económica en relación al comercio internacional</p> <p>Trabajo individual y en equipo: El estudiante amplía esta información con otras fuentes de información de manera individual y/o en equipo</p> <p>Presentación en clase de trabajos en equipo</p>
8.- RESULTADOS DEL APRENDIZAJE	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer e identificar causas y motivos para la internacionalización de la empresa - Conocer y comprender el nivel de integración económica y comercial alcanzada en la Unión Europea - Conocer casos de empresas internacionalizadas y estrategias desarrolladas - Conocer e interpretar las estadísticas clave de Comercio Exterior

9.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Criterio	Competencias	Valor (%)				
	Examen final	CE15	60 %				
	Trabajos grupales (presentaciones de trabajos)	CG5, CG6	30 %				
	Actitud, asistencia y participación (en su caso, trabajos individuales)	CG5, CG6, CE15	10 %				
	Observaciones generales						
	<ul style="list-style-type: none"> - Para ser evaluable en la convocatoria ordinaria será requisito imprescindible haber participado, al menos, en el 85% de las sesiones presenciales. - Para superar la primera convocatoria será requisito imprescindible obtener en la prueba final una puntuación igual o superior a 5 sobre 10. 						
10.- BIBLIOGRAFÍA	Observaciones convocatoria extraordinaria						
	<ul style="list-style-type: none"> - Será requisito imprescindible aprobar un nuevo examen final extraordinario - Podrá tenerse en cuenta la evaluación obtenida en los trabajos grupales realizados durante el curso para, en su caso, mejorar la calificación - De manera excepcional podrían desarrollarse trabajos individuales para mejorar la calificación 						
11.- DISTRIBUCIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Criterio	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Total
	Examen final				40%	60%	60%
	Trabajos grupales		5%	10%	10%	5%	30%
	Actitud, asistencia y participación	10%					10%
	Total						100%