

SEMESTRE	CRÉDITOS	CARÁCTER	TIPO DE ENSEÑANZA	IDIOMA DE IMPARTICIÓN
1º	3	Obligatoria	Presencial / Semipresencial / Virtual	Español
<b>MÓDULO</b>		<b>MÓDULO 2. NEGOCIOS EN ENTORNOS INTERNACIONALES</b>		
<b>MATERIA</b>		<b>MARKETING Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL</b>		
<b>CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO</b>		Escuela Internacional de Posgrado		
<b>MÁSTER EN EL QUE SE IMPARTE</b>		<b>Máster Universitario en Negocios y Administración de Empresas en Entornos Internacionales (Sede Melilla)</b>		
<b>CENTRO EN EL QUE SE IMPARTE LA DOCENCIA</b>		Sede Melilla		
<b>PROFESORES<sup>(1)</sup></b>				
<b>MYRIAM MARTÍNEZ FIESTAS</b>				
<b>DIRECCIÓN</b>		Dpto. COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES. SEDE GRANADA. DESPACHO A-235. Correo electrónico: <a href="mailto:MMFIESTAS@ugr.es">MMFIESTAS@ugr.es</a>		
<b>TUTORÍAS</b>		Consultar en directorio de la Universidad de Granada: <a href="http://directorio.ugr.es/">http://directorio.ugr.es/</a>		
<b>COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS</b>				
<b>COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES</b>				
<p>CG1 - Mejorar la capacidad de organización y planificación.</p> <p>CG2 - Favorecer la capacidad para el razonamiento crítico y autocrítico.</p> <p>CG3 - Conseguir que mejore el aprendizaje autónomo y autodirigido.</p> <p>CG4 - Conducir, planificar y acompañar la adaptación de la empresa a los cambios que se producen en el mercado.</p> <p>CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación</p> <p>CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio</p> <p>CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios</p> <p>CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades</p>				

<sup>1</sup> Consulte posible actualización en Acceso Identificado > Aplicaciones > Ordenación Docente

(∞) Esta guía docente debe ser cumplimentada siguiendo la "Normativa de Evaluación y de Calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada" (<http://secretariageneral.ugr.es/pages/normativa/fichasugr/ngc7121/>!)

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Capacidad para aplicar conocimientos a la práctica.

CE2 - Analizar e interpretar el entorno económico social.

CE3 - Capacidad de análisis y síntesis.

### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1 - Capacidad de trabajo en equipo incluyendo la toma de decisión en colectivos o grupos. Habilidades en la relación interpersonal. Habilidades para presentar trabajos y mantener debates en grupo.

CT2 - Capacidad de organización y planificación, así como capacidad de gestión de la información.

CT3 - Capacidad para adaptarse a la tecnología y a los futuros entornos actualizando las competencias profesionales.

CT4 - Potenciar la conexión con el entorno, con las empresas, instituciones y administraciones públicas.

### OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE (SEGÚN LA MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL TÍTULO)

Comprender el concepto de marketing internacional y su papel en los procesos de internacionalización.

Adquirir la capacidad de reunir, interpretar y exponer la información relevante sobre el entorno para la toma de decisiones en mercados internacionales.

Identificar los factores que condicionan el proceso de internacionalización de las empresas.

Conocer las respuestas estratégicas de internacionalización más actuales que empresas líderes están desarrollando ante la creciente globalización de los mercados y la competencia.

Identificar los factores que influyen en las decisiones relativas a la estandarización-adaptación de la estrategia de marketing-mix internacional.

Saber analizar y valorar las variables que permiten establecer una estrategia que conduzca al posicionamiento y consolidación de la empresa en el mercado internacional.

Asimilar las nuevas tendencias y cambios derivados de la innovación tecnológica y el desarrollo de las TIC, especialmente en lo que afecta a la internacionalización.

### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN LA MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL TÍTULO)

Con esta materia se ofrecerán contenidos teóricos y prácticos necesarios para desenvolverse en el comercio internacional. A través de la misma se estudiará el funcionamiento de los diferentes mercados internacionales y las posibles estrategias del marketing mix en el ámbito multinacional. Se abordarán aspectos tales como el proceso de internacionalización de las empresas, el análisis del entorno internacional (con especial hincapié en la influencia de la globalización y de los avances TIC), las estrategias de entrada en los mercados internacionales, el proceso de selección de los mercados internacionales objetivo y el proceso de segmentación y posicionamiento en los mercados internacionales.

### TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

#### TEMARIO TEÓRICO:

1. El marketing internacional: definición y su papel en la empresa.
2. La negociación internacional: definición y su relevancia en la gestión del intercambio en un contexto internacional.
3. El entorno del marketing internacional.
4. Análisis del proceso de internacionalización de la empresa y de los factores que condicionan su desarrollo.
5. Las estrategias de macrosegmentación internacional.
6. La microsegmentación y el posicionamiento internacional.
7. Las formas de entrada en mercados internacionales.
8. El marketing mix internacional: análisis de los factores que determinan la estandarización/adaptación de las 4 Ps.
9. El papel del marketing online en los negocios internacionales.

#### TEMARIO PRÁCTICO:

- Actividades de trabajo autónomo y/o en grupo de los temas que componen el programa de la asignatura.



- Discusión de casos prácticos y lecturas en los que se analicen aspectos relacionados con los temas contenidos en el programa teórico.

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL:

- KIMBERLY A. W. (2019). What Western Marketers Can Learn from China. Harvard Business Review. May-June 2019 Issue.
- STEPHEN A. G. Y MATS U. (2019). What Does Your Corporate Brand Stand For?. Harvard Business Review. January-February 2019 Issue.
- KUMAR, N., y STEENKAMP, J. B. E. (2013). Diaspora Marketing. Harvard Business Review, 91(10), 127-150.
- RONALD B. S. y HOGSETH, S. (2015). How Social Networks Create Competitive Advantage. IESE Insight, 26, 56-62.
- SAMANTHA Y.; et al., (2016). Lessons Learned from International Expansion Failures and Successes. Business Horizons. 59, 233-243.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

#### RECURSOS DISPONIBLES EN LINEA EN LA BIBLIOTECA DE LA UGR:

- CATEORA, GRAHAM, GILLY y MEJÍA ESTAÑOL (2015) Marketing internacional. McGraw-Hill.
- CZINKOTA, M.R. y RONKAINEN, I.A. (2013): Marketing internacional, Cengage Learning.

## ENLACES RECOMENDADOS (OPCIONAL)

- <http://prado.ugr.es>
- <http://biblioteca.ugr.es>
- <http://www.economist.com>
- <http://www.expansion.com>
- <https://www.bancomundial.org/>
- <https://www.marketingdirecto.com>
- Instituto de Comercio Exterior: <http://www.icex.es>
- Página web donde se puede observar adaptaciones que realizan las empresas en función del contexto cultural: <http://www.executiveplanet.com>
- World Back Institute: <http://data.worldbank.org/indicator>
- Análisis de la especial significación y relevancia estratégica de la internacionalización de las empresas andaluzas: <http://www.catedrasextenda.es/>

## METODOLOGÍA DOCENTE

- Las clases serán de tipo teórico-prácticas en las que se aplicará la lección magistral/expositiva junto con una metodología de aprendizaje activa por parte del estudiante que será inminentemente participativa y aplicada.
- Para la realización de este programa, los estudiantes deberán de hacer una búsqueda y recopilación de información, que junto con la información proporcionada por el profesor, le permitirá dar respuesta a las distintas cuestiones y actividades planteadas.

Más concretamente, se proponen, entre otras:

- Se realizarán actividades de trabajo autónomo para cada uno de los temas que componen el



programa de la asignatura.

- Se realizarán análisis y debates de lecturas y casos prácticos en clase.
- Se realizarán y presentarán trabajos realizados en grupo bajo la coordinación y supervisión del profesor.

El estudiante tiene que tener muy en cuenta que en cualquier trabajo presentado por el estudiante está totalmente prohibido hacer una copia literal ("copiar y pegar") o una traducción literal de contenidos extraídos de fuentes de información de Internet, o de cualquier otro tipo de fuente. Una copia literal de contenidos y/o sin citar adecuadamente supondrá la anulación de toda su evaluación continua y el suspenso en la asignatura. Sí que es del todo recomendable que se hagan consultas previas de otras fuentes para contrastar datos, profundizar en conceptos, descubrir nuevas ideas, etc. En caso de que se requiera comentar estas consultas, el estudiante tendrá que indicar las fuentes utilizadas en forma de referencia bibliográfica a pie de página siguiendo algún estilo de citación (por ejemplo, el estilo de citación APA), teniendo en cuenta que siempre se requiere un comentario personal de las ideas extraídas.

El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R. D 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional.

La profesora realizará las comunicaciones generales al grupo que estime oportunas a través de la plataforma PRADO de la Universidad de Granada, por lo que se recomienda que el estudiante consulte de manera habitual dicha plataforma.

#### EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

##### CONVOCATORIA ORDINARIA

El artículo 17 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que la convocatoria ordinaria estará basada preferentemente en la evaluación continua del estudiante, excepto para quienes se les haya reconocido el derecho a la evaluación única final.

El sistema de evaluación de los alumnos será el siguiente:

- Pruebas, ejercicios y problemas, resueltos en clase o individualmente a lo largo del curso (40%)
- Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc. (individual o en grupo) (30%)
- Aportación del alumno en sesiones de discusión y actitud del alumno en las diferentes actividades desarrolladas (30%).

Para superar la asignatura el alumno debe tener un 30% en cada uno de los bloques.

##### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El artículo 19 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria dispondrán de una convocatoria extraordinaria. A ella podrán concurrir todos los estudiantes, con independencia de haber seguido o no un proceso de evaluación continua. De esta forma, el estudiante que no haya realizado la evaluación continua tendrá la posibilidad de obtener el 100% de la calificación mediante la realización de una prueba y/o trabajo.

En este caso el alumno realizará la prueba de forma online. Se realizará de manera ORAL y consistirá en la realización de un examen de los contenidos tanto teóricos como prácticos relacionados con los contenidos



de la asignatura. En cuanto a las pruebas que formarán parte del examen, podrán consistir en la resolución de ejercicios, casos prácticos, y/o cualquier otro tipo de prueba que se considere necesaria para acreditar que el estudiante ha adquirido la totalidad de las competencias descritas en la presente Guía Docente de la Asignatura.

**DESCRIPCIÓN DE LAS PRUEBAS QUE FORMARÁN PARTE DE LA EVALUACIÓN ÚNICA FINAL ESTABLECIDA EN LA NORMATIVA DE EVALUACIÓN Y DE CALIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA**

El artículo 8 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que podrán acogerse a la evaluación única final, el estudiante que no pueda cumplir con el método de evaluación continua por causas justificadas.

Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de las clases o por causa sobrevenidas. Lo solicitará, a través del procedimiento electrónico, a la Coordinación del Máster, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua.

La evaluación única final consistirá en la realización de un examen de los contenidos tanto teóricos como prácticos relacionados con los contenidos de la asignatura tanto en convocatoria de examen ordinaria como extraordinaria. Se realizará de manera ORAL. En cuanto a las pruebas que formarán parte del examen, podrán consistir en la resolución de ejercicios, casos prácticos, y/o cualquier otro tipo de prueba que se considere necesaria para acreditar que el estudiante ha adquirido la totalidad de las competencias descritas en la presente Guía Docente de la Asignatura.

**ESCENARIO A (ENSEÑANZA-APRENDIZAJE PRESENCIAL Y NO PRESENCIAL)**

**ATENCIÓN TUTORIAL**

HORARIO (Según lo establecido en el POD)	HERRAMIENTAS PARA LA ATENCIÓN TUTORIAL (Indicar medios telemáticos para la atención tutorial)
Las tutorías tendrán lugar de manera individualizada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foro Prado</li> </ul>



<p>de manera preferentemente no presencial y de manera asíncrona o síncrona, según necesidad, durante el horario fijado por el profesor. En caso de trabajos en equipo, las tutorías podrán ofrecerse a varios componentes del equipo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Google Meet o ZOOM</li> <li>• Correo electrónico</li> </ul> <p>El estudiante deberá contactar por email con el profesor y, en caso necesario se dará cita para ser atendido a través de Google Meet o ZOOM, o bien presencialmente (en el despacho del profesor), en caso de que sea necesario y las circunstancias sanitarias y la normativa universitaria lo permitan. Adicionalmente, el estudiante puede también utilizar la herramienta Foro de Prado para plantear dudas y cuestiones generales.</p>
--	---

#### MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE

Para el caso de las clases que no puedan realizarse presencialmente se utilizarán las herramientas síncronas y asíncronas de docencia no presencial habilitadas por la Universidad. Así, se utilizará PRADO2 para alojar el material docente, y GoogleMeet o ZOOM para el desarrollo de clases virtuales síncronas.

#### MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN (Instrumentos, criterios y porcentajes sobre la calificación final)

##### Convocatoria Ordinaria

Se seguirán los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación ordinaria. Se podrán realizar presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se podrán realizar a través de Prado, ZOO o Google MEET.

##### Convocatoria Extraordinaria

Las pruebas de la convocatoria extraordinaria seguirán los mismos instrumentos y criterios que los descritos en el apartado general referido a la evaluación extraordinaria. Se podrán realizar presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se llevará a cabo a través de Google MEET o ZOOM.

##### Evaluación Única Final

Las pruebas de la convocatoria ordinaria y extraordinaria seguirán los mismos instrumentos y criterios que los descritos en el apartado general referido a la evaluación única final. Se podrán realizar presencialmente siempre y cuando lo permitan las condiciones sanitarias y la normativa universitaria. En caso contrario se llevará a cabo a través de Google MEET o ZOOM.

### ESCENARIO B (SUSPENSIÓN DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL)

#### ATENCIÓN TUTORIAL

##### HORARIO (Según lo establecido en el POD)

Las tutorías tendrán lugar de manera individualizada de manera no presencial y de manera asíncrona o síncrona, según necesidad, durante el horario fijado por el profesor.  
En caso de trabajos en equipo, las tutorías podrán

##### HERRAMIENTAS PARA LA ATENCIÓN TUTORIAL (Indicar medios telemáticos para la atención tutorial)

El estudiante deberá contactar por email con el profesor y, en caso necesario se dará cita para ser atendido a través de Google Meet o ZOOM. Adicionalmente, el estudiante puede también utilizar la herramienta Foro de Prado para plantear dudas y



ofrecerse a varios componentes del equipo.	cuestiones generales.
<b>MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA METODOLOGÍA DOCENTE</b>	
Para el caso de las se utilizarán las herramientas síncronas y asíncronas de docencia no presencial habilitadas por la Universidad. Así, se utilizará PRADO para alojar el material docente, y GoogleMeet o ZOOM para el desarrollo de clases virtuales síncronas.	
<b>MEDIDAS DE ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN (Instrumentos, criterios y porcentajes sobre la calificación final)</b>	
<b>Convocatoria Ordinaria</b>	
Se seguirán los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación ordinaria. El único cambio es la realización de las tareas, trabajos y exposiciones de manera virtual a través de las herramientas comentadas anteriormente.	
<b>Convocatoria Extraordinaria</b>	
Las pruebas de la convocatoria extraordinaria seguirán los mismos instrumentos y criterios que los descritos en el apartado general referido a la evaluación extraordinaria. Se llevará a cabo a través de Google MEET o ZOOM.	
<b>Evaluación Única Final</b>	
La prueba de la convocatoria ordinaria y extraordinaria seguirá los mismos instrumentos y criterios que los descritos en el apartado general referido a la evaluación única final. Se llevará a cabo a través de Google MEET o ZOOM.	

