



International
Marketing
**Grado en Lenguas
Modernas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: International Marketing

Titulación: Grado en Lenguas modernas

Carácter: Optativa

Idioma: Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. María Pastor Caballero

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales:

CG1.- Capacidad para hacer uso de las destrezas propias del trabajo intelectual (comprender, sintetizar, esquematizar, explicar, exponer, organizar).

CG2.- Capacidad para utilizar una metodología básica de investigación de las fuentes: el análisis, la interpretación y la síntesis.

CG3.- Capacidad para gestionar la información.

CG6.-Capacidad para trabajar en equipo, integrarse en grupos multidisciplinares y colaborar con profesionales de otros campos.

CG8.- Capacidad heurística y de especulación para la resolución de problemas de forma creativa e innovadora.

CG15.- Capacidad para adquirir y cumplir un compromiso ético profesional.

CG17.- Capacidad para utilizar las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento para la organización, la planificación y el desarrollo de actividades académicas y profesionales.

Competencias específicas:

CE3.- Desarrollar la competencia comunicativa en las lenguas elegidas, aplicando estrategias de comunicación orales y escritas, tanto en el ámbito personal y social como en el profesional.

CE10.- Saber utilizar, en las lenguas estudiadas, los diferentes modos de comunicación verbal y no verbal en distintas culturas y entornos profesionales.

CE11.- Capacidad para transmitir ideas, conocimientos y opiniones así como para argumentar en las lenguas elegidas.

CE14.- Capacidad para generar y gestionar la producción escrita para fines académicos y profesionales.

CE20.- Conocer e interpretar el panorama socio-político, económico y cultural del mundo contemporáneo.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá tener:

- Conocimiento de determinadas áreas funcionales de la empresa y su funcionamiento.
- Comprensión de los términos y conceptos relacionados con las áreas de la economía y la empresa
- Capacidad para leer, entender, inferir, analizar y resumir información relativa al mundo de los negocios.

- Capacidad para aplicar las TICS al ámbito propio de esta materia.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Nivel B1 lengua de impartición asignatura.

2.2. Descripción de los contenidos

Análisis de la función actual del marketing en la empresa, así como su evolución reciente. Se establecen los dos niveles básicos de marketing: Estratégico y Operativo y, dentro de este último, se hace un recorrido analítico pormenorizado por cada una de las 4 P's del marketing mix, con un enfoque centrado en el marketing internacional.

2.3. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
Clases teórico-prácticas	45	100%
Tutorías	15	60%
Estudio individual, actividades y trabajos	90	20%
NÚMERO TOTAL DE HORAS	150	

2.5. Metodología docente

Se siguen las líneas metodológicas generales para toda la titulación, basadas en una concepción procesual y constructiva de la adquisición del conocimiento; en una enseñanza-aprendizaje, centrada en el alumno, que potencie la participación activa y favorezca el desarrollo de competencias generales y específicas que demuestren conocimientos, habilidades y actitudes aplicables en el ejercicio profesional futuro.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Trabajo dirigido	20%
Examen parcial	10%
Examen final	60%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo dirigido	30%
Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final, tanto en la convocatoria ordinaria como en la convocatoria extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Kotler, P.; Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. 12ª Edición. Madrid: Ed. Pearson Prentice Hall.
- Publicaciones periódicas del profesor en el campus virtual.

Bibliografía recomendada

- Kotler, P.; Kartajay H.; Setiawan I. (2013). Marketing 3.0. Madrid: LID Editorial Empresarial.
- Solomon, M. (2008). Comportamiento del consumidor. 7ª Edición. Madrid: Ed. Pearson Prentice Hall.
- Cravens, W. D.: Strategic Marketing, 6th Ed. Irwin McGraw Hill, 2000.
- Santasmases Mestre M., (2007). Marketing, conceptos y estrategias. 5ª Edición. Madrid, Pirámide 2007.

Bibliografía online

- Foro Internacional del Marketing: <http://www.foromarketing.com>
- Infoadex: <http://www.infoadex.es/infoadex.asp>
- Marketing News: <http://www.marketingnews.es>
- <http://www.marketingdirecto.com>
- Asociación Investigación de medios de Comunicación AIMC (EGM):
<http://www.aimc.es/>

5. DATOS DEL PROFESOR

Puede consultar el correo electrónico de los profesores y el perfil académico y profesional del equipo docente, en: <https://www.nebrija.com/carreras-universitarias/grado-en-lenguas-modernas/#masInfo#profesores>