

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Contenido teórico	Trabajos (1,5 puntos)	Eventos (1,5 puntos)	Lecturas (3 puntos)
Semana 1	Tema 1. El marketing internacional: una visión general 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Concepto de marketing internacional. 1.3. Contexto internacional: la globalización de los mercados. 1.4. El papel del marketing internacional en la empresa. 1.5. La empresa española en los mercados internacionales		*Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 puntos cada una) Test Tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	Tema 2. El entorno del marketing internacional 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Entorno socio-económico internacional 2.3. Entorno político-legal internacional 2.4. Entorno cultural internacional 2.5. Entorno tecnológico internacional		Foro: Marcas españolas en el mundo (0,5 puntos) Test Tema 2 (0,1 puntos)	
Semana 3	Tema 3. El proceso de internacionalización de la empresa 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Perspectiva macro-económica: teoría de la ventaja comparativa y teoría del ciclo de vida del producto internacional 3.3. Perspectiva comportamental: el modelo Uppsala			
Semana 4	Tema 3. El proceso de internacionalización de la empresa 3.4. Perspectiva microeconómica: la teoría de los costes de transacción 3.5. Enfoque de redes en la internacionalización 3.6. Internacionalización de la empresa y marketing relacional 3.7. Aplicación de las TIC en el marketing internacional		Test Tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 5	Tema 4. La segmentación y el posicionamiento en los mercados 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Macrosegmentación internacional			
Semana 6	Tema 4. La segmentación y el posicionamiento en los mercados 4.3. Microsegmentación internacional 4.4. Posicionamiento internacional		Test Tema 4 (0,1 puntos)	Lectura: Inés Rosales: el reto de internacionalizar una pyme es posible (1,5 puntos)
Semana 7	Tema 5. Productos y servicios para consumidores y organizaciones 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Estrategia internacional de productos. Concepto de producto internacional 5.3. Características de los mercados internacionales y diseño del producto			

	Contenido teórico	Trabajos (1,5 puntos)	Eventos (1,5 puntos)	Lecturas (3 puntos)
Semana 8	Tema 5. Productos y servicios para consumidores y organizaciones 5.4. Atributos del producto internacional 5.5. Enfoques para maximizar la estandarización de los programas internacionales del producto		Test Tema 5 (0,1 puntos)	Lectura: Mango: ¿un caso de glocalización? Análisis de su estrategia y política de marketing-mix internacional (1,5 puntos)
Semana 9	Tema 6. Estrategias de distribución internacional 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Naturaleza de la distribución internacional 6.3. Funciones y estructura de los canales de distribución internacional.			
Semana 10	Tema 6. Estrategias de distribución internacional 6.4. Selección de los canales internacionales de distribución 6.5. Factores determinantes en el enfoque de marketing internacional		Test Tema 6 (0,1 puntos)	
Semana 11	Tema 7. Fijación de precios internacionales 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Estrategia internacional de precios 7.3. Importancia del establecimiento de precios en los mercados internacionales			
Semana 12	Tema 7. Fijación de precios internacionales 7.4. Incidencia del enfoque de estandarización-adaptación en el establecimiento de los precios internacionales 7.5. Esquema para la determinación de precios internacionales	Trabajo: Decisiones de comunicación: el caso KLM (1,5 puntos)	Test Tema 7 (0,1 puntos)	
Semana 13	Tema 8. Estrategias de comunicación internacional 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Estrategia internacional de comunicación 8.3. Elementos de la comunicación internacional			
Semana 14	Tema 8. Estrategias de comunicación internacional 8.4. Publicidad internacional: Factores que afectan al enfoque estandarización-adaptación. 8.5. La imagen de marca de un país, el efecto made in		Test Tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 15	Semana de repaso			
Semana 16	Semana de exámenes			