



DATOS IDENTIFICATIVOS

Marketing e Comercio Internacional

Materia	Marketing e Comercio Internacional			
Código	V03M040V02212			
Titulación	Máster Universitario en Economía, Avaliación e Xestión do Medio Mariño e os Recursos Pesqueiros: Itinerario 2. Economía e Política do Medio e dos Recursos Mariños			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4	OP	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento				
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación

Código	
A3	Desarrollo de la destreza en manejo de herramientas informáticas para la gestión y la evaluación
A4	Desenvolvemento da destreza en manexo de ferramentas informáticas para a xestión e a avaliación
A15	Adquisición de destreza en el diseño y control de organización de departamentos empresariales
A16	Adquisición de destreza no deseño e control de organización de departamentos empresariais
A19	Adquisición de destreza en técnicas de marketing y organización de la comercialización
A20	Adquisición de destreza en técnicas de mercadotecnia e organización da comercialización
A29	Desarrollo de habilidades en la elaboración e interpretación de Informes de situación y gestión
A30	Desenvolvemento de habilidades na elaboración e interpretación de informes de situación e xestión
B1	Desarrollo de las capacidades comprensivas, de análisis y síntesis
B2	Desarrollo de las capacidades para plantear y resolver problemas aplicando los conocimientos adquiridos
B3	Desarrollo de capacidades para aplicar conocimientos a entornos nuevos, especialmente en contextos multidisciplinares
B5	Desarrollo de la habilidad de elaboración, presentación y defensa de trabajos o informes
B7	Desarrollo de las capacidades de reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas
B10	Desenvolvemento das capacidades comprensivas, de análise e síntese
B11	Desenvolvemento das capacidades para expoñer e resolver problemas aplicando os coñecementos adquiridos
B12	Desenvolvemento de capacidades para aplicar coñecementos a contornas novas, especialmente en contextos multidisciplinares
B14	Desenvolvemento da habilidade de elaboración, presentación e defensa de traballos ou informes
B16	Desenvolvemento das capacidades de reflexión sobre responsabilidades sociais e éticas

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
1. adquirir competencias en la comprensión y aplicación en aspectos que se relacionan directamente con la presencia externa de la empresa en los mercados y la sociedad en general,	saber	A3
2. aplicación también en el escenario internacional.	saber hacer	A4
3. aprendizaje respecto a las técnicas del marketing y la evaluación sistemática de la satisfacción de los consumidores.		A15
		A16
		A19
		A20
		A29
		A30
		B1
		B2
		B3
		B5
		B7
		B10
		B11
		B12
		B14
		B16

Contidos

Tema	
1. MARKETING EN LA EMPRESA MARITIMO-PESQUERA	Dimensiones conceptuales del marketing: - La función del marketing - La satisfacción del consumidor - La ética del marketing
2. RELACIONES INTERNACIONALES	- La globalización: concepto y factores determinantes - La decisión de ir al extranjero: motivos y obstáculos - Análisis sistemático del entorno exterior. - Selección de los mercados exteriores
3. COMERCIO INTERNACIONAL	Dimensiones del programa de marketing internacional: - Producto - La fijación de precios - La distribución - La promoción/comunicación

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminarios	6	12	18
Eventos docentes e/ou divulgativos	6	12	18
Sesión maxistral	18	36	54
Probos de resposta curta	4	0	4
Observación sistemática	6	0	6

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminarios	Ampliación y profundización de temas. Trabajo de relación entre contenidos de clases magistrales y demás aportaciones.
Eventos docentes e/ou divulgativos	contribuciones y exposiciones de expertos o ponentes de prestigio
Sesión maxistral	Exposición de contenidos de la materia y discusión/resolución de cuestiones

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	prueba teórico-práctica	30

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Cateora, P. and Graham, J. (2006):, **International Marketing**,, McGraw-Hill, 13/E.,

Cerviño, J. (2006):, **Marketing internacional. Nuevas perspectivas para un mercado globalizado**,, Pirámide, Madrid.,

Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2005):, **Marketing internacional**,, McGraw-Hill, 7ª edición, México.,

Kotler, P. et al. (2006):, **Dirección de marketing, 12ª edición**,, Pearson Prentice Hall.,

González López, I.; Martínez Senra, A.I.; Otero Neira M.C. y González Vázquez, E.(2009), **Gestión del comercio exterior**, Esic,

Recomendacións
