

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura/Módulo</b>	Marketing e investigación de mercados: entorno natural y entorno digital
<b>Titulación</b>	Máster Universitario en Negocios Internacionales
<b>Facultad/Escuela</b>	Facultad de Ciencias Sociales
<b>Curso</b>	1º
<b>Créditos (ECTS)</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	OB
<b>Idioma/s</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	S1
<b>Curso académico</b>	2025-2026
<b>Docente coordinador</b>	

## 2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA/MÓDULO

La asignatura trata el papel del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial, así como el análisis y selección de mercados. Se aborda el alcance de la estrategia de marketing internacional, junto con la segmentación, el posicionamiento y el comportamiento del consumidor en mercados internacionales.

También se estudian los sistemas de entrada en mercados exteriores y las decisiones relacionadas con la comunicación internacional.

## 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos:

CON01. Identificar los conceptos de empresa y el funcionamiento del sistema económico actual y la acción de las grandes áreas económicas y de los grandes mercados.

- Listar las diversas fuentes disponibles de información de país, mercado, barreras y distribución.

CON04. Clasificar los actuales modelos de negocio en Internet y la influencia de las nuevas tecnologías sobre el comercio en su aplicación a los negocios internacionales.

- Identificar las fuentes de información necesarias para obtener la inteligencia competitiva sobre las posibilidades de las empresas en el mundo online y la situación de su entorno de mercado.
- Clasificar los actuales modelos de negocio en Internet y su aplicación en empresas tradicionales o de nueva creación con una perspectiva de internacionalización del negocio.

**Habilidades:**

HAB01. Aplicar la estrategia internacionalizadora de la empresa teniendo cuenta las variables que inciden en el riesgo de los distintos entornos culturales, socio-económicos y político-legales.

- Elaborar informes de investigación de mercado, reflejando las conclusiones extraídas y las oportunidades de negocio.

HAB02. Diseñar las fases de un programa de exportación empresarial en todas sus dimensiones.

- Evaluar la implantación de la estrategia de marketing internacional de la empresa.
- Diseñar las fases de un programa de exportación empresarial: investigación de mercados exteriores, técnicas de segmentación y selección de mercados exteriores, opciones para acometer los procesos de penetración de mercados internacionales y sus distintas formas jurídicas, y decisiones respecto al producto exportable.

HAB05. Diseñar el proceso de negociación con clientes y/o proveedores, proponiendo los términos más ventajosos para la organización.

**Competencias:**

CP01. Analizar y evaluar los procesos de generación de la estrategia de una empresa en el entorno internacional.

CP05. Elaborar un diagnóstico de potencial de exportación y de adaptación del producto o servicio al mercado internacional.

CP07. Manejar la tecnología que se utiliza en el proceso de internacionalización de una empresa.

## 4. CONTENIDOS

A continuación, se indican los contenidos de la asignatura/módulo:

- Papel del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial
- Análisis y selección de mercados
- El alcance de la estrategia de marketing internacional
- Segmentación, posicionamiento y comportamiento del consumidor en mercados internacionales.
- Sistemas de entrada en los mercados exteriores
- Decisiones sobre la comunicación internacional

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se desarrollarán a lo largo de la asignatura/módulo:

- Clase magistral/ web conference
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje basado en retos

- Entornos de simulación

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se detallan los tipos de actividades formativas previstas, incluyendo la dedicación en horas que se espera por parte del estudiante para cada una de ellas:

### Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Seminarios de aplicación práctica	22
Resolución de problemas	10
Elaboración de informes y escritos	10
Investigaciones y proyectos	20
Trabajo autónomo	56
Debates y coloquios	8
Exposiciones orales de trabajos	2
Tutoría	12
Pruebas de evaluación presenciales	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN CONTINUA

Cada actividad formativa evaluable constituye una oportunidad para el estudiante para progresar, recibir feedback y consolidar conocimientos, habilidades y competencias. Los Resultados de Aprendizaje, recogidos en esta guía, orientan este proceso y actúan como referentes para su consecución.

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación final de la asignatura/módulo:

### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso (%)
Pruebas de evaluación presenciales	30-40%
Informes y escritos	15-20%
Caso/problema	15-25%
Evaluación del desempeño	0-5%

Investigaciones y proyectos	15-20%
Exposiciones orales de trabajos	5-10%

En el Campus Virtual, al acceder a la asignatura/módulo correspondiente, se puede consultar en detalle la información relativa a los sistemas de evaluación, incluyendo las fechas de entrega y los procedimientos aplicables a cada uno de ellos.

## 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura/módulo en convocatoria ordinaria, el estudiante deberá obtener una calificación mayor o igual a 5,0 (sobre 10), en todos los sistemas de evaluación propuestos en esta guía. La calificación final se calculará a partir de la media ponderada de todos los sistemas de evaluación descritos.

Si en alguno de los sistemas de evaluación, propuestos en la presente guía, se obtuviese una nota inferior a 5,0 (sobre 10), la calificación final de la asignatura/módulo sería “suspense” aunque, en el resultado de la media ponderada se obtuviese un valor superior a 5,0 (sobre 10). En este último caso, la asignatura/módulo, seguiría estando “suspendida” obteniendo una calificación final de la asignatura/módulo de 4,0 (sobre 10).

### *Entrega de actividades*

El cumplimiento de los plazos de entrega es esencial para garantizar la equidad y la planificación del proceso formativo.

En caso de no entregar una actividad formativa evaluable en tiempo y forma, y sin justificación previa, esta no será evaluada y, por tanto, constará como “no presentado”.

Se anima al estudiante a comunicar con antelación suficiente al docente de la asignatura/módulo, cualquier dificultad que pueda afectar a su participación en cualquier actividad.

### *Asistencia*

La participación activa en las sesiones formativas es un componente clave del aprendizaje. Para superar la asignatura/módulo, se requiere acreditar al menos un 50 % de asistencia. En caso de no alcanzarse este porcentaje mínimo, el docente podrá considerar la asignatura/módulo como “suspense”, conforme al reglamento de evaluación de la Universidad Europea de Andalucía.

## 7.2. Convocatoria extraordinaria

La convocatoria extraordinaria ofrece una nueva oportunidad al estudiante para evidenciar su aprendizaje. Para superarla, será necesario obtener una calificación final (media ponderada) igual o superior a 5,0 sobre 10,0).

### *Entrega de actividades*

El estudiante deberá presentar y superar aquellas actividades formativas obligatorias no entregadas o no superadas en la convocatoria ordinaria, respetando los nuevos plazos establecidos. En el caso de incumplimiento de estos nuevos plazos de entrega, supondrá la no evaluación de la actividad y, por tanto, constará como “no presentado”.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se presenta el cronograma con las fechas de entrega de las actividades formativas evaluables de la asignatura/módulo:

Actividad formativa evaluable	Fecha
Actividades individuales	Noviembre-Marzo
Actividades grupales/colaborativas	Noviembre-Marzo
Pruebas de evaluación presenciales	Noviembre-Marzo

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. REFERENCIAS

Las referencias bibliográficas, tanto específicas como complementarias correspondientes a cada módulo, serán proporcionadas por el docente coordinador del módulo y la dirección del Máster Universitario al inicio del período lectivo.

## 10. ÁREA DE ORIENTACIÓN, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde el Área de Orientación, Diversidad e Inclusión (ODI) se ofrece acompañamiento a los estudiantes a lo largo de su trayectoria universitaria, con el propósito de facilitar su desarrollo académico y personal, y apoyarles en el logro de sus metas. Esta Área centra su labor en tres pilares fundamentales: la inclusión de estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, la promoción de la accesibilidad universal en la comunidad educativa y la garantía de igualdad de oportunidades para todos.

Entre los servicios que se ofrecen, se encuentran:

- **Acompañamiento y seguimiento académico**, a través de la realización de asesorías y la elaboración de planes personalizados dirigidos a quienes requieren mejorar su rendimiento académico.
- **Atención a la diversidad**, mediante la implementación de ajustes curriculares no significativos -en aspectos metodológicos y de evaluación- para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, con el fin de garantizar la equidad de oportunidades.
- **Recursos formativos extracurriculares**, orientados al desarrollo de competencias personales y profesionales que contribuyan al crecimiento integral de los estudiantes.
- **Orientación vocacional**, mediante la provisión de herramientas y asesoramiento a quienes tengan inquietudes sobre su elección de titulación o estén considerando un cambio en su trayectoria formativa.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden contactar con el Área a través del siguiente correo electrónico: [orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Participar en las encuestas de satisfacción es una oportunidad enriquecedora para contribuir a la mejora continua de la titulación, así como de la institución. Gracias a ellas, es posible identificar qué aspectos

académicos, del equipo docente y del proceso de enseñanza-aprendizaje están funcionando bien y cuáles pueden seguir mejorándose.

Con el objetivo de fomentar una participación activa en la cumplimentación de encuestas entre los estudiantes, se han puesto en marcha distintas vías de difusión. Las encuestas están disponibles en el espacio habilitado en el Campus Virtual y también se envían por correo electrónico para facilitar el acceso.

Las respuestas recogidas permiten la toma de decisiones que impactan directamente en la calidad de la experiencia formativa y en el día a día de la comunidad universitaria.