

# **GUÍA DOCENTE MARKETING GLOBAL**

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE  
EMPRESAS  
(PRESENCIAL)**

**CURSO 2023-2024**

IA. Identificación de la Asignatura	
Asignatura	MARKETING GLOBAL
Tipo	DIPLOMA
Período de impartición	Primer curso, segundo semestre
Nº de créditos	3 ECTS
Idioma en el que se imparte	Castellano
Campus virtual	<a href="https://activa.cedeu.es/login">https://activa.cedeu.es/login</a>
Calendarios y horarios	<a href="https://www.cedeu.es/grados-universitarios/grado-en-ade-diploma-lbs">https://www.cedeu.es/grados-universitarios/grado-en-ade-diploma-lbs</a>

IB. Profesorado	
Personal docente	Ditta, Geoffrey
Correo electrónico	<a href="mailto:g.ditta@cedeu.es">g.ditta@cedeu.es</a>
Categoría	Doctor
Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Tiempo estimado de respuesta en comunicaciones profesor-alumno	48 h (días lectivos) desde la recepción del correo electrónico/mensaje privado enviado a través del sistema de comunicaciones del campus virtual

II. Presentación (Objetivos de la asignatura)
<p>En esta asignatura se abordarán las estrategias y conceptos avanzados propios de la comunicación y el marketing en contextos globales e internacionales. Se estudiarán las habilidades propias del posicionamiento de productos e imagen de marca de empresa adecuadas para las organizaciones internacionales y la promoción exterior de las empresas para el desarrollo de inversiones y negocios. Los temas que se tratarán incluyen el estudio de la competencia global de marcas y productos, las diversas estrategias de comunicación y sus herramientas, la utilización de TICs en la comunicación y el marketing, las peculiaridades del marketing global y la aplicación de estas estrategias en casos prácticos.</p>

III. Competencias Básicas y Generales
<p><b>Competencias Generales</b></p> <p>CG1: Capacidad de análisis y de síntesis</p> <p>CG2: Capacidad de organización y planificación</p> <p>CG3: Comunicación oral y escrita en la propia lengua</p> <p>CG4: Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio</p> <p>CG5: Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas</p> <p>CG7: Capacidad para trabajar en equipo</p>

CG8: Capacidad de trabajar en un contexto internacional  
CG9: Habilidad en las relaciones interpersonales  
CG10: Capacidad crítica y autocrítica  
CG12: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica  
CG13: Capacidad para el aprendizaje autónomo  
CG14: Creatividad

**Competencias específicas**

CE31. Capacidad para gestionar intereses y posturas en negociaciones internacionales.  
CE33. Capacidad para gestionar equipos multidisciplinares y multiculturales en el entorno empresarial transnacional.  
CE43. Capacidad para obtener un conocimiento profundo de distintos aspectos clave de las Relaciones Internacionales como seguridad y terrorismo, derechos humanos y cooperación internacional.  
CE44. Capacidad de analizar y gestionar los intereses y motivaciones de las organizaciones privadas que interactúan en el ámbito de las Relaciones Internacionales.  
CE45. Capacidad para conocer la estructura y dirección de una Organización Internacional.  
CE46. Capacidad para entender y comprender las características distintivas de los think tanks, y de las ongs.  
CE47. Capacidad para gestionar los intereses de los diferentes tipos de Organizaciones Internacionales privadas  
CE48. Capacidad para entender la lógica de las intervenciones internacionales en cuanto a la protección de los derechos humanos en contextos transnacionales.  
CE49. Capacidad para entender los flujos y dinámicas de las finanzas internacionales y para conocer a los diferentes agentes económicos, sus intereses y modos de acción en el sector del mercado de capitales.  
CE50. Capacidad para comprender y gestionar crisis de alcance internacional desde organizaciones transnacionales.  
CE51. Capacidad para entender las problemáticas específicas del terrorismo, de los conflictos de intereses derivados del mercado energético, de los flujos migratorios y las crisis humanitarias, [3] de las crisis medioambientales y de las catástrofes naturales o aquéllas producidas por el hombre.  
CE52. Capacidad de conocer y aplicar los protocolos metodológicos internacionales de la cooperación internacional: mecanismos de financiación, de control, de seguimiento y de evaluación.  
CE53. Capacidad para gestionar las necesidades institucionales en el ámbito de la cooperación, así como las necesidades locales de los ámbitos de aplicación e intervención.  
CE54. Capacidad para aplicar estrategias de marketing y comunicación en un contexto global.  
CE56. Capacidad para incorporar el uso de las TICs en la organización y gestión del trabajo, así

como en la creación de estrategias de marketing y comunicación digital.  
CE57.Capacidad para comprender los cambios de paradigma comunicacional en la era de la sociedad digital y los problemas contemporáneos derivados de la era digital: brecha digital.

IV. Actividades Formativas			
Tipo	Contenido	HORAS	PRESEN.
AF1.Preparación de contenidos teóricos	Búsqueda, selección, análisis y comentario de doctrina, jurisprudencia y legislación. Lecturas recomendadas y otros.	10	<b>Todas estas actividades podrán ser realizadas de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria</b>
AF2.Trabajos individuales	Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	5	
AF3.Trabajos colectivos	Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	12.5	
AF4. Debate y Crítica constructiva	El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclave esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista	2.5	

	orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.		
AF5. Tutorías académicas	Los alumnos se reunirán periódicamente con el profesor para que éste pueda orientarles y guiarles en el proceso de adquisición de las competencias.	5	
AF6. Asistencia a seminarios	Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	2.5	
<b>Las clases y tutorías se realizarán inicialmente de forma presencial. En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse de forma remota a través del Aula Virtual.</b>			

V. Metodologías docentes	
Tipo	Contenido
MD1. Clases Teóricas	Mediante clases magistrales se expondrán y explicarán los conocimientos básicos que deben adquirirse en las asignaturas, suscitando el debate y guiando el estudio de los mismos.
MD2. Clases Prácticas	Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de cada materia.
MD3. Tutorías	Intercambio de ideas y resolución de dudas con el profesor correspondiente sobre los contenidos de cada asignatura y la realización de los trabajos prácticos. Pueden realizarse también a través de los recursos on line (p.ej. correo electrónico o chat).
<b>Todas estas actividades podrán ser realizadas de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria.</b>	

VI. Sistema de Evaluación, ponderación y descripción de las pruebas
<b>Nota importante: No se podrá superar la asignatura en el caso de que la parte correspondiente a los trabajos de evaluación (Prueba 1) o la parte correspondiente a la realización de la prueba escrita (Prueba 3) no estén aprobadas con una calificación final igual o superior a 5 puntos en una escala de 0 a 10.</b>
Para poder acogerse a las condiciones de la Evaluación Ordinaria que figuran en el apartado VI.A el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, <b>igual o superior a 85%.</b>

En el caso de que la asistencia sea inferior al 85%, la calificación final ordinaria de la asignatura se calculará solo teniendo en cuenta el porcentaje del examen (Prueba 3), reflejado en la Tabla VI.A. No obstante, para poder aprobar, debe cumplirse obligatoriamente la condición de tener los trabajos de la asignatura (Prueba 1) aprobados con una calificación igual o superior a 5 puntos.

En la convocatoria extraordinaria no se tendrá en cuenta la asistencia, por lo que, en caso de tener las pruebas reevaluables aprobadas y que la calificación final ponderada, en función a los porcentajes de la Tabla VI. B, sea superior a 5 puntos, la asignatura estará aprobada en convocatoria extraordinaria.

El alumno que no supere la Prueba 1 y/o 3 (por no entregar en fecha, no asistir a la exposición o no demostrar el grado de profundidad requerido) no podrá superar la asignatura en la Evaluación Ordinaria, obteniendo una calificación máxima de 4,0, independientemente de la nota obtenida en la prueba teórico-práctica.

El alumno que no supere en la Evaluación Ordinaria la prueba 2 no liberatoria (realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual), por no entregar en fecha o no demostrar el grado de profundidad requerido, no tendrá la posibilidad de la recuperación de la prueba 2 en la Evaluación Extraordinaria.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

En el caso de que el alumno no supere la asignatura, la calificación obtenida en las pruebas 1, 2 y 3 de la asignatura durante el curso en cualquier evaluación no se reservará para el curso siguiente.

#### Evaluación Ordinaria:

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen en el apartado VI.A. *Criterios aplicables a la evaluación ordinaria* que se encuentra a continuación.

Para poder superar la Evaluación Ordinaria, los alumnos con una asistencia igual o superior al 85%, deben haber presentado y superado obligatoriamente la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) y superado la prueba 3 evaluatoria final (prueba teórico-práctica presencial). Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

Todos los alumnos que no superen la evaluación ordinaria deberán realizar y superar las

pruebas correspondientes a la Evaluación Extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta guía en el caso de: A) no superar la prueba escrita final correspondiente a la Evaluación Ordinaria; B) no haberse presentado a la evaluación de la convocatoria reseñada; o C) no haber entregado y superado o igualado la calificación media de 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, en la entrega de la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos).

Para poder acogerse a las condiciones de la Evaluación Ordinaria que figuran en el apartado VI.A el alumno debe haber superado la asistencia en la materia, igual o superior a 85%.

**Todas las Pruebas 1 o 2 en Evaluación Ordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado en el campus virtual, o indicado por el docente en la clase, no serán tenidas en cuenta.**

Evaluación Extraordinaria:

Los alumnos que no consigan superar la Evaluación Ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una Evaluación Extraordinaria (reevaluación) para verificar la adquisición de las competencias establecidas en esta guía. Los criterios aplicables se encuentran en el siguiente apartado VI.B.

El alumno que no supere la prueba 1 de la Evaluación Ordinaria, deberá realizar una nueva en la Evaluación Extraordinaria. No será necesario realizar de nuevo la prueba 3, el examen final, si ya lo ha superado en la evaluación ordinaria con una calificación superior a 5,0. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

El alumno que no supere la prueba 3 en la Evaluación Ordinaria, deberá realizar una nueva en la Evaluación Extraordinaria. No será necesario realizar de nuevo la prueba 1 si ya la ha superado en la evaluación ordinaria con una calificación superior a 5,0. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 3 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

**Todas las Pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado en el campus virtual, o indicado en la clase por el docente, no serán tenidas en cuenta.**

Ejemplo de posibles casos:

**Caso 1:** En el caso de haber entregado la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) requerida en la Evaluación Ordinaria y que la calificación de ella sea superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, pero no haber superado o no haberse presentado a la prueba 3 final liberatoria (prueba teórico-práctica presencial) en Evaluación Ordinaria, los alumnos deberán realizar prueba 3 final liberatoria de la Evaluación Extraordinaria, en la que tendrán que obtener una calificación igual o superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, para que ponderen con la calificación de las pruebas acumulativas ya realizadas. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

**Caso 2:** En el caso de haber superado la prueba 3 liberatoria final (prueba teórico-práctica presencial) en la Evaluación Ordinaria con una calificación final mayor de 5.0 en una escala de 0.0 a 10.0 puntos, pero no haber superado la prueba 1 acumulativa liberatoria (presentación de trabajos) en la Evaluación Ordinaria, se planteará una nueva prueba 1, tras la Evaluación Ordinaria, que el alumno deberá entregar, como fecha límite, el día antes del comienzo del periodo de exámenes de Evaluación Extraordinaria. Todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

**Caso 3:** En el caso de que el alumno no haya entregado o no haya superado las pruebas 1 y 3 acumulativas en la Evaluación Ordinaria, deberá presentar y superar la prueba 1 acumulativa (presentación de trabajos) con una calificación superior a 5.0 puntos, en una escala de 0.0 a 10.0 puntos y superar la prueba 3 final liberatoria (prueba teórico-práctica presencial) con una calificación superior a 5.0 puntos en una escala de 0.0 a 10.0 puntos. Esta prueba 1 acumulativa estará disponible en el campus virtual tras el periodo de Evaluación Ordinaria. Tendrá que ser entregada, como fecha límite, el día antes del comienzo del periodo de exámenes de Evaluación Extraordinaria. Todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

Si tras la realización de la Evaluación Extraordinaria, el alumno no supera la media de 5,0 en todas las pruebas acumulativas liberatorias 1 y 3, la asignatura quedará finalmente como suspenso, calificada con el menor valor obtenido en las pruebas realizadas en las dos convocatorias.

**Caso 4:** Los alumnos que por tener una asistencia menor a 85% no puedan acogerse a todos los criterios de la Evaluación Ordinaria, serán valorados exclusivamente sobre el porcentaje correspondiente a la nota del examen final, prueba 3, teniendo en cuenta las restricciones que figuren en esta Guía Docente. Igualmente, todas las pruebas 1 en Evaluación Extraordinaria que se entreguen fuera del plazo señalado no serán tenidas en cuenta. En cualquier caso, para

poder obtener una media igual o superior a 5,0 será necesario, en las pruebas 1 y 3 por separado, tener una calificación superior a 5,0.

### VI.A Criterios aplicables a la evaluación ordinaria

VI.A. Sistema de evaluación	Tipo [1] Criterios aplicables a la evaluación continua (convocatoria ordinaria)		Ponderación	Periodo
<b>Prueba 1:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Presentación de trabajos.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	30%	Durante el Curso o Semestre
<b>Prueba 2:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual (trabajos individuales, comentarios de texto o artículos, pruebas, foros, debates).		No Reevaluable.	20%	Durante el Curso o Semestre
<b>Prueba 3:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Prueba teórico-práctica presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	50%	Al final del Curso o Semestre
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>	

### VI.B Criterios aplicables a la evaluación extraordinaria

VI.B. Sistema de evaluación	Tipo [2] Criterios aplicables a la evaluación extraordinaria (convocatoria extraordinaria)		Ponderación	Periodo
<b>Prueba 1:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Presentación de trabajos.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable	30%	Durante el Curso o Semestre
<b>Prueba 2:</b>	<b>Acumulativa</b>			

Realización de actividades prácticas dentro del aula y campus virtual (trabajos individuales, comentarios de texto o artículos, pruebas, foros, debates).		No Reevaluable	20%	Durante el Curso o Semestre
<b>Prueba 3:</b>	<b>Acumulativa</b>			
Examen final presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable.	50%	Al final del Curso o Semestre
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>	

#### VII. Programa de la asignatura

1. Marketing estratégico
2. Factores que afectan al marketing global: la cultura
3. Factores que influyen en el consumidor global
4. La marca y el branding
5. La gestión de la comunicación global
6. Comunicación de la reputación corporativa y de responsabilidad social corporativa
7. Comunicación digital: redes sociales y organizaciones internacionales

#### VIII. Bibliografía

##### Bibliografía

- Balmer, J.M.T. (2010). The BP Deepwater Horizon débâcle and corporate brand exuberance. *Journal of Brand Management*, 18, 97–104.
- Balmer, J.M.T., Illia, L. y González del Valle, A. (2013). *Contemporary Perspectives on Corporate Marketing*. London: Routledge.
- Bremmen, I. (2014). The new rules of globalization. *Harvard Business Review*. September. <https://hbr.org/2014/01/the-new-rules-of-globalization>
- Cassidy, C. (2015). Six communications trends NGOs should follow in 2016, retrieved on 3rd April 2017 from <https://www.theguardian.com/global-development-professionalsnetwork/2015/dec/31/six-communications-trends-ngos-should-follow-in-2016>
- Cateora P. R., Gilly, M. C. y Graham, J. L. (2013). *International Marketing*. 16ª ed. McGrawHill/Irwin, NY, NY.
- Collins, N., Butler, P. (2015). A marketing perspective on the rise of China monopoly, politics and value. *Journal of Marketing Management*. Vol. 31, Nos. 3–4, 269–288

<http://dx.doi.org/10.1080/0267257X.2014.947309> De Mooij, M. (2013). Global marketing and advertising, understanding cultural paradoxes. 4th edition. California: Sage Publications

Du, S., Bhattacharya, CB., Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. International Journal of Management Reviews 12 (1), 8-19.

Eguizábal, R. (1998). Historia de la publicidad. Editorial Eresma & Celeste Ediciones. Export Gov. Doing business in Spain  
[https://www.export.gov/article?series=a0pt0000000PAusAAG&type=Country\\_Commercial\\_kav](https://www.export.gov/article?series=a0pt0000000PAusAAG&type=Country_Commercial_kav)

Fombrun, Ch. (1996). Reputation: Realizing Value from the Corporate Image, first released by Harvard Business School Press. Gillespie, K. y Hennessey, H. D. (2015). Global Marketing. Routledge.

Holt, D. Quelch, J., Taylor, E.L. (2004). How Global Brands Compete. Harvard Business Review. September. <https://hbr.org/2004/09/how-global-brands-compete>

Illia, L., Zyglidopoulos, S. Romenti, S., Rodríguez, B. y González del Valle, A. (2013). Communicating Corporate Social Responsibility to a Cynical Public. MIT Sloan Management Review. Vol 54. Nº 3. Pg.16-19.

Jeannet, J.P. and Hennessey, H. D. (2004). Global marketing strategies (6th edition). Boston: Houghton Mifflin Company

Keller, K.L. (2013). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Pearson Education Limited.

Kotler, Ph. And Andreasen, A.R. (2007). Strategic Marketing for nonprofit organizations. 7th edition. Prentice Hall.

Levitt, Th. (2001). La globalización en los mercados. Harvard Deusto Business Review, ISSN 0210-900X, Nº Extra 1, 2001, págs.132-146. <https://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets>

Llopis Sancho, E. (2015). Crear la Marca Global. Modelo práctico de creación e internacionalización de marcas. 2ª ed. Esic Marketing.

Maslow, A.H. (1970). Motivation and Personality. Harper and Row Publishers

Orgad, S. (2017). Caring Enterprise in Crisis? Challenges and Opportunities of Humanitarian NGO Communications, in Caring in Crisis? Humanitarianism, the Public and NGOs. Bruna Seu, I. and Orgad, Shani (eds.) London: Palgrave McMillan. pp 83-109

Organización Mundial del Comercio (2015). Regional Trade Agreements Information System. OMC. <http://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx> Ries, A. y Tout, J. (1982). Posicionamiento: la batalla por su mente. McGraw Hill