

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

500233 - INNOVACIÓ I DESENVOLUPAMENT EN UNA ECONOMIA GLOBAL

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Segon
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Alberto Guevara Chacon <aquevara@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Castellà

Presentació de l'assignatura

Aquest curs se centra en els reptes i oportunitats de comercialitzar productes i serveis nous i existents al mercat global. Aplica conceptes clau de màrqueting en el context empresarial internacional. Introdueix els estudiants a les eines i tècniques de màrqueting estratègic i operatiu a nivell internacional per prendre decisions i exercir influència en els mercats internacionals.

El curs aconsegueix els seus objectius a través de conferències, anàlisi i discussió de casos de negocis reals que il·lustren problemes reals de màrqueting global i mitjançant l'estudi de l'estratègia de màrqueting internacional d'una empresa. Presta especial atenció a les variacions del màrqueting del país d'origen i destaca les estratègies utilitzades pels venedors internacionals. Específicament, el curs analitza l'impacte de les diferències culturals, econòmiques, tecnològiques, polítiques i legals en el procés de màrqueting internacional.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, transfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- CE6. Sintetitzar i avaluar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial.
- CE11. Aplicar els coneixements per emprendre projectes de negocis que permetin la creació de noves empreses o la millora de les ja existents, aplicant idees innovadores i creatives.
- CE12. Aplicar la llengua anglesa en diferents entorns culturals de negociació empresarial.

General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.

No definides

Continguts

Tema 1: Introducció al Màrqueting Internacional i Global.

Tema 2: Comprendre els factors culturals i la selecció de països o regions.

Tema 3: Desenvolupament i adaptació de productes globals. Establiment d'estratègies competitives.

Tema 4: Avaluació d'oportunitats de mercat. Investigació de Mercats Internacionals. Entendre el mercat local.

Tema 5: Desenvolupament d'una estratègia d'entrada internacional.

Tema 6: Segmentació, objectiu i posicionament internacional. Establir les estratègies de màrqueting bàsiques per entrar en un nou mercat.

Tema 7: Gestió Global de Producte.

Tema 8: Estratègies de Preus Globals.

Tema 9: Estratègies Globals de Col·locació i Distribució.

Tema 10: Estratègies Globals de Promoció i Comunicació.

Tema 11: Noves Tendències i Mercats sense Fronteres.

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Activitats i Sistema d'avaluació

Participació a classe - 10%

Discussió de casos d'estudi a classe (en grup) - 20%

Presentacions del projecte final (en grup) - 20%

Examen final - 50% (Mín. 4/10 per aprovar)

Recuperació

- Només es podrà recuperar el 50% corresponent a l'examen final (caldrà obtenir un 5 sobre 10 a l'examen per fer mitja amb les notes d'avaluació continua). Les activitats d'avaluació continuada (fetes durant el trimestre) no són recuperables.

- Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria no pot presentar-se a la recuperació.

Bibliografia i Recursos

- European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Hollanders, H. (2023). European Innovation Scoreboard 2023. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/119961>
- Schmid, Stefan (2018). Internationalization of Business. Cases on Strategy Formulation and Implementation. Springer International Publishing
- Stiglitz, Joseph E. (2022). El malestar en la globalización. Taurus
- García, Gloria (2012). Estrategias de internacionalización de la empresa. Cómo realizar negocios internacionales. Ed. Pirámide
- Ramírez Gómez, Salvador (2014). Lecciones de Fiscalidad Internacional. Tecnos