



## HOJA INFORMATIVA PARA EL ALUMNADO DEL MÓDULO DE MARKETING INTERNACIONAL CURSO 2017/2018

### Contenidos del módulo

1. Estructura del Comercio Internacional.
2. Determinación y Evaluación de las oportunidades de entrada de un producto en un mercado.
3. Diseño de políticas de precio y tarifas comerciales en un mercado exterior.
4. Selección de la forma de entrada más adecuada en un mercado exterior.
5. Selección de las acciones de comunicación comercial más adecuadas en la entrada a un mercado exterior.
6. Elaboración de un Plan de Marketing Internacional.

**Total horas asignadas : 132**

### Secuenciación y temporalización de los contenidos: cronograma

UNIDADES DE TRABAJO	HORAS ESTIMADAS PROPUESTAS	TEMPORALIZACIÓN
1.Estructura del Comercio Internacional	20	1ºEvaluación
2.Determinación y evaluación de las oportunidades de entrada de un producto en mercado exterior	25	1ºEvaluación
3.Diseño de políticas de precios y tarifas en un mercado exterior	25	2ºEvaluación
4.Selección de la forma más adecuada de entrada a un mercado exterior	26	2ºEvaluación
5.Selección de acciones de comunicación comercial más adecuada para entrar en un mercado exterior	20	3ºEvaluación
6.Elaboración de un Plan de Marketing Internacional	16	3ºEvaluación

## **Resultados de Aprendizaje**

Los resultados de aprendizaje del módulo vienen fijados *por Real Decreto 1574/2011 de 4 de Noviembre* por el que se establece *el Título de Técnico Superior en Comercio Internacional* y se fijan sus enseñanzas mínimas.

RA 1. Analiza la situación internacional, evaluando la idoneidad de los mercados y el momento adecuado de intervención.

RA 2. Determina la oportunidad de entrada de un producto en un mercado exterior, evaluando las características comerciales de los productos, líneas y gamas de productos.

RA.3Diseña políticas de precios y tarifas comerciales en un mercado exterior, analizando las variables que componen e influyen en el precio de un producto.

RA 4. Selecciona la forma más adecuada de entrada en un mercado exterior, analizando los factores que definen la estructura de los canales de distribución en mercados internacionales.

RA 5. Determina las acciones de comunicación comercial más adecuadas para la entrada en un mercado exterior, evaluando las posibles alternativas de comunicación y promoción internacional

RA 6. Elabora un plan de *marketing* internacional, seleccionando la información de base o "*briefing*" de productos y relacionando entre sí las variables de *marketing-mix*.

## **Criterios generales de evaluación**

El objetivo que se propone el módulo profesional de *Marketing Internacional*, es que el alumno/a alcance un grado suficiente en las competencias específicas para que, en el futuro más inmediato, se pueda desarrollar profesionalmente con rigor y propiedad en todos los ámbitos relacionados con el *Ciclo Formativo de Comercio Internacional*, con independencia de cuáles sean sus intereses profesionales futuros.

El alumno/a debe de tener en cuenta que las clases son presenciales, por lo que la no asistencia a las mismas puede llegar a condicionar la calificación final del módulo.

Se deberá realizar de forma obligatoria, un trabajo final que consistirá en la realización de un *Plan de Marketing Internacional*, el cual deberá de ser realizado con las herramientas que se habrán examinado a lo largo del curso académico y expuesto en sesión pública al resto de compañeros y al profesor.

## Instrumentos de Calificación

La evaluación formativa de los alumnos se realizará mediante un examen, el seguimiento de sus trabajos diarios, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, resolución de los casos prácticos, exposiciones orales, participación en clase y entrega de cualquier tipo de trabajo en la fecha solicitada por el docente.

Se utilizarán los siguientes instrumentos para la evaluación del aprendizaje:

1. **Ejercicios y trabajos:** A lo largo de cada unidad de trabajo se plantearán ejercicios que deberán ser presentados en el plazo señalado, bien individualmente o en grupo. En el Tercer Trimestre se realizará un *Plan de Marketing Internacional*, cuya presentación y defensa será obligatoria para superar el módulo, y en el cual se consolidarán los conocimientos globales del módulo y se evaluarán los resultados de aprendizaje del mismo.
2. **Pruebas Objetivas:** Consistirán en exámenes teórico-práctico sobre los contenidos impartidos a lo largo del curso por el profesor. Este tipo de prueba escrita estará compuesta por preguntas **tipo test o preguntas cortas**.
3. **Actitud, participación y asistencia a clase.**

## Criterios de Calificación

La evaluación del módulo profesional se realizará en el momento de finalización del mismo. Su calificación será expresada en cifras de 1 a 10 sin decimales. Se considerarán positivas las puntuaciones iguales o superiores a **5**.

En cada evaluación se realizará un único examen. Este examen tendrá un valor del **75%** de la nota. El resto de notas lo constituye:

- La participación en clase y asistencia: participación en debates, realización de otras actividades y asistencia (**10% nota**)
- La realización de ejercicios y/o trabajos propuestos por el profesor, a realizar individualmente o en grupo (**15% nota**)

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno se llevará a cabo por el sistema de evaluación continua y atendiendo a los siguientes criterios:

- Pruebas objetivas
- Actividades realizadas en clase
- Asistencia a clase.

Siguiendo el proceso de evaluación descrita, la calificación de los alumnos para cada evaluación, se obtendrá sumando las calificaciones obtenidas por cada uno de los criterios.

La asistencia a clase es obligatoria, por tanto en caso de que algún alumno supere el 15% de las faltas de asistencia a clase se considerará que no puede alcanzar los objetivos mínimos y perderá el derecho a la evaluación continua.

**Recuperación de evaluaciones:** El alumno que no supere la evaluación correspondiente, tendrá derecho a su correspondiente recuperación, recuperación que consistirá en una prueba objetiva (similar a la realizada durante la evaluación). Si una vez realizada la recuperación el alumno no logra alcanzar la puntuación de **5** o más sin decimales, este tendrá que ir a la recuperación final de junio (**prueba ordinaria 1**) con toda la materia que se impartió en la evaluación que tenga suspenso. Si no supera en junio tendrá una convocatoria extraordinaria en septiembre (**prueba ordinaria 2**), con toda la materia que se impartió durante el curso. Esta prueba se valorará con un 100% del final de la nota.

**Calificación Final del módulo:** Se tendrán en cuenta todas las calificaciones obtenidas por el alumno en las diferentes evaluaciones. La nota final del módulo será aquella que resulte una vez aplicada la media aritmética de las notas de todas las evaluaciones superadas. Estos criterios se aplicarán siempre y cuando todas las evaluaciones tuvieran evaluación positiva.