

Promoción de las exportaciones a través de Internet

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



DATOS GENERALES

Breve descripción

Los objetivos de esta asignatura son:

- Explicar cómo utilizar de manera provechosa la web de la empresa para vender en los mercados exteriores desde la necesidad del director de exportaciones.
- Exponer otras formas de promoción internacional *on-line* como las redes sociales.

Título asignatura

Promoción de las exportaciones a través de Internet

Código asignatura

100913

Curso académico

2016-17

Planes donde se imparte

[MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT](#)

Créditos ECTS

1

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Anual

Idioma

Castellano

CONTENIDOS

Contenidos

¿Por qué necesita de una web la empresa exportadora?

¿Para qué sirve una web de empresa exportadora? Seis pasos necesarios:

1. Nombrar un responsable dentro de la empresa
2. El dominio, identidad de la empresa en Internet
3. Diseño de la web: atención a mercado y destinatario
4. Desarrollo de la web
5. Difusión y promoción de la web en Internet. Posicionamiento en Google Adwords. Alibaba.com
6. Cumplir con la legislación española y extranjera

COMPETENCIAS

Generales

CG1.- Los titulados sabrán aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, con un alto grado de autonomía, en empresas tanto nacionales como internacionales, sean pequeñas o medianas o empresas de dimensión más multinacional, e incluso en organizaciones no empresariales pero cuya gestión requiera una visión internacional.

CG2.- Los titulados sabrán aplicar las capacidades de análisis adquiridas en la definición y planteamiento de nuevos problemas y en la búsqueda de soluciones tanto en un contexto empresarial de ámbito nacional como internacional.

CG9.- Los titulados deberán dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

Específicas

CE1.- Comprender los conceptos, teorías e instrumentos para analizar y desarrollar planes de internacionalización empresarial.

CE8.- Manejar programas de software y estadísticos para el registro y análisis de datos.

CE9.- Analizar los resultados de la investigación de mercados y competencia para proponer orientaciones estratégicas y acciones operativas.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF1.- Clases magistrales: desarrollo de contenidos teóricos y de los conceptos de las asignaturas. La clase magistral se define como un tiempo de enseñanza ocupado principalmente por la exposición continua del profesor. Los alumnos tienen la posibilidad de participar, preguntar o exponer su opinión, pero por lo general escuchan y toman notas.

AF2.- Clases prácticas: aplicación de contenidos teóricos al análisis de problemas concretos que permiten al estudiante comprender y asimilar los contenidos. Incluyen exposiciones, conferencias con directivos/profesionales expertos en el área o caso de estudio, seminarios, debates y puestas en común con análisis de los contenidos desarrollados en las sesiones teóricas. Se realizan mediante talleres, estudios de casos, resolución de ejercicios y problemas con una participación activa del alumno.

AF3.- Trabajos individuales y en grupo: desarrollo de los contenidos teóricos de forma autónoma (búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos e informes, realización de cuestionarios) y su aplicación al estudio de casos, con exposición pública de las conclusiones individualmente o en grupo.

AF5.- Trabajo autónomo del estudiante: aquí se considera la actividad del alumno de estudio de la materia, búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos, diseño de presentaciones, participación en grupos de lectura y el estudio y la preparación de exámenes. Incluye la utilización del campus virtual y la actividad del estudiante en él; así como el uso de TICs y herramientas informáticas, realizando diversas tareas como ejercicios de autoevaluación o la participación en foros y la consulta de bases de datos para obtener bibliografía y material documental.

Metodologías docentes

MD1.- Clase magistral expositiva: el profesor explica las nociones claves y de vanguardia en la disciplina en cuestión.

MD2.- Trabajo individual de los alumnos: lecturas, informes, notas técnicas, cuestionarios de autoevaluación, y búsqueda de información adicional.

MD3.- Trabajos docentes - Clases interactivas presenciales : seminarios de discusión y talleres.

MD4.- Estudios de casos, resolución de problemas y ejercicios prácticos en grupo o individuales: resolución, puesta en común y discusión en clase, mediante seminarios, de casos prácticos elegidos previamente.

Resultados de aprendizaje

- Conocer cómo utilizar de manera provechosa la web de la empresa para vender en los mercados exteriores desde la necesidad del director de exportaciones.

- Conocer y analizar otras formas de promoción internacional *on-line*, especialmente portales temáticos y redes sociales.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

SE4.- Evaluación del trabajo individual y, en su caso, de la presentación oral (ponderación mínima 100% y máxima 100%)

La calificación final del alumno en su **convocatoria ordinaria** se determinará en base a dos conceptos: el examen final y la participación del alumno.

1. El examen final supondrá el 100% de la calificación final.

El examen puntúa sobre 10 puntos. Las preguntas correctas del apartado "I. SITIO WEB" puntuarán 0,8 cada una sumando el 80% de la nota final y la respuesta a la pregunta "II. SU PROPUESTA DE MEJORA" puntúa el 20% de la nota final. Las respuestas dejadas en blanco o erróneas no penalizan.

Durante la prueba el alumno podrá consultar la documentación tanto en papel como digital.

La duración estimada será de 45 minutos como tiempo máximo.

La mayor parte de las respuestas se derivarán directamente de la documentación facilitada durante el curso y/o de las explicaciones dadas en clase por el profesor. No obstante, algunas podrán exigir un esfuerzo personal de reflexión por parte del alumno y la aplicación de su propio criterio.

2. El profesor podrá aumentar o disminuir hasta un +/- 10% la nota final alcanzada de acuerdo a la participación de cada alumno tanto cuantitativa (número de intervenciones) como cualitativa (oportunidad y calidad de las intervenciones) durante las sesiones lectivas.

En las **convocatorias 2ª y siguientes**, el 100% de la calificación dependerá exclusivamente del examen que podrá ser tipo test y/o tipo ensayo y cuyo formato será avisado con antelación suficiente.

Calendario de exámenes

- Ver aquí [Calendario de exámenes](#)

PROFESORADO

Profesor responsable

Enrile D'Outreligne, Carlos

*Director y Consultor
Computer Contact Consultoría y Formación*

Profesorado

Profesor Responsable de la asignatura

HORARIO

Horario

- Ver aquí [Estructura Académica / Calendario académico por fases](#)

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

- www.facebook.com/trainingyou
- www.marketingandweb.es
- Useit.com
- www.webpagesthatsuck.com
- Web Analytics, an hour a day. Kaushik, Avinash
- Web Analytics 2.0. Kaushik, Avinash
- <https://www.youtube.com/user/GideonShalwick>