

GUÍA DOCENTE 2019/2020



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Política Internacional

Grado en MARKETING Y COMUNICACIÓN – 1º curso

Modalidad Presencial

Sumario

Datos básicos	3
Breve descripción de la asignatura	4
Requisitos previos	4
Objetivos	4
Competencias	4
Contenidos	7
Metodología	8
Criterios de evaluación	8
Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial	9
Breve CV del profesor responsable	10

Política internacional

Datos básicos

Módulo: Empresa y entorno

Carácter: Básica

Nº de créditos: 6 ECTS

Unidad Temporal: 1º Curso – 2º Semestre

Calendario: Del día 27 de enero de 2020 al día 16 de mayo de 2020

Horario: Martes de 12'00 a 14'00 horas y jueves de 12'00 a 14'00 horas.

Idioma en el que se imparte: Español

Profesor/a responsable de la asignatura: Guillermo Boscán Carrasquero

E-mail: gboscanca@upsa.es

Horario de tutorías: Lunes de 15'30 a 17'45 horas y viernes de 15'30 a 17'45 horas

Breve descripción de la asignatura

Estudio de los principios, valores y funcionamiento de los sistemas políticos contemporáneos, contemplando su incidencia sobre la economía y los mercados internacionales. Para ello, se abordará el análisis de la composición de los mismos (estructuras y procesos) bajo diferentes perspectivas teóricas y atendiendo a la actualidad de la política mundial .

Requisitos previos

No se establecen requisitos previos.

Objetivos

- Explorar la actualidad de la política internacional, de manera que el conocimiento adquirido facilite un buen desempeño profesional del marketing.
- Conocer los diferentes entornos políticos que inciden sobre la economía, la empresa y los mercados internacionales.
- Aprender y comprender los principios, valores y funcionamiento de los sistemas políticos contemporáneos y su repercusión en las relaciones internacionales.
- Conocer las estructuras y procesos que caracterizan los sistemas políticos contemporáneos, partiendo de diversas perspectivas teóricas y finalizando en el análisis de la política internacional actual.

Competencias

Competencias generales/básicas	CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
--------------------------------	---

	<p>CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</p> <p>CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</p> <p>CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p> <p>CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p> <p>CG1. Que los estudiantes sean capaces de pensar y actuar según principios de carácter universal, respetar los derechos fundamentales, los valores democráticos, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo.</p>
Competencias transversales	<p>CT1. Capacidad para plantear el trabajo de modo original, innovador y creativo, imaginando nuevas situaciones y problemas para desarrollar nuevas ideas y soluciones utilizando los conceptos y teorías aprendidos y manejando la información disponible.</p> <p>CT2. Capacidad para la toma de decisiones: capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que permitan tomar decisiones con criterio y de forma efectiva.</p> <p>CT3. Capacidad para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a</p>

	<p>decidir.</p> <p>CT4. Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.</p> <p>CT5. Capacidad para trabajar en equipo, desarrollado la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.</p> <p>CT6. Habilidad para gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas.</p> <p>CT7. Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.</p> <p>CT8. Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad.</p> <p>CT9. Capacidad para desarrollar creatividad, innovación y espíritu emprendedor.</p> <p>CT10. Capacidad para trabajar en contextos nacionales y mundiales.</p> <p>CT11. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).</p> <p>CT12. Conocimiento del comportamiento humano y social</p>
<p>Competencias específicas</p>	<p>CE1. Capacidad para entender las bases teóricas de la economía general y la estrategia empresarial, así como analizar entornos económicos y empresariales y su influencia en el ámbito de la investigación de mercados y el marketing.</p> <p>CE2. Conocer el entorno socioeconómico, tecnológico, cultural e institucional, tanto a nivel nacional como internacional en el marco de la globalización de los mercados para la toma de decisiones empresariales.</p>

	<p>CE6. Interpretar y aplicar las normas que rigen las transacciones comerciales y su tributación, la protección de los consumidores o usuarios, la regulación de los mercados de bienes y servicios, y la regulación del sector comercial.</p> <p>CE7. Adquirir los criterios deontológicos que permitan gestionar el marketing y/o la dirección comercial de las empresas u organizaciones atendiendo a los legítimos derechos de las personas y al bien común</p> <p>CE14. Entender y analizar el comportamiento de los diversos tipos de cliente y de sus compras, así como el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios, sus factores determinantes, la correspondiente estructura económica sectorial y las instituciones relevantes al respecto.</p> <p>CE19. Ser capaz de realizar una búsqueda de información general, de trabajar con bases de datos, rastrearlas e interpretar los resultados correctamente y de sacar conclusiones adecuadas para la toma de decisiones en marketing</p> <p>CE23. Capacidad para identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing.</p> <p>CE30. Ser capaz de identificar y evaluar oportunidades de negocio, tendencias sociales, culturales, de consumo e ideas que puedan constituir desarrollo de productos y proyectos empresariales.</p>
--	---

Contenidos

Tema 1. Introducción a las Relaciones Internacionales (teoría y práctica).

Tema 2. El Estado: una mirada al interior de los sistemas políticos contemporáneos (teoría y práctica).

Tema 3. La Política internacional y su relación con el marketing (teoría y práctica).

Tema 4. Nuevos actores internacionales: las empresas y las ong's (teoría y práctica).

Tema 5. Principios del libre mercado y del capitalismo financiero internacional (teoría y práctica).

Tema 6. La globalización y los mercados regionales (teoría y práctica).

Tema 7. Teoría de Juegos aplicada a la negociación internacional (teoría y práctica).

Tema 8. Aplicación de los principios de la geopolítica y la geoestrategia al marketing (teoría y práctica).

Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL	HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL
Clases teóricas	28	60 (40%)	
Clases prácticas	28		
Examen	2		
Tutorización y revisión de trabajos presentados	2		
Horas no presenciales dedicadas a la preparación de las prácticas	50		90 (60%)
Horas no presenciales dedicadas a la elaboración de ejercicios y lecturas	15		
Estudio y preparación de contenidos teóricos	25		
TOTAL	150	60	90

Criterios de evaluación

CONVOCATORIA ORDINARIA

- Un 40% de la nota corresponderá a un examen teórico-práctico.
- Un 60% de la nota se desprende de las prácticas realizadas y del seguimiento del trabajo en el aula.
- Es necesario superar las dos partes para aprobar la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Se evaluará mediante un examen. Y aquel alumnado que hubiera suspendido expresamente la parte práctica, además del examen, tendrá también que presentar las prácticas correspondientes (al igual que se exigía en la convocatoria ordinaria, se requiere superar ambas partes).
- Se examinará siempre del último temario impartido en la asignatura.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Algunas referencias bibliográficas (al margen de la bibliografía complementaria que podrá suministrarse en función del tema específico):

- AXELROD, R. (1984). *La evolución de la cooperación*. Alianza Universidad.
- BARRINGTON MOORE, J.R. (1990). *Autoridad y desigualdad bajo el capitalismo y el socialismo: EE.UU., URSS y China*. Alianza Editorial
- CARRASCO, S. (2017). *Contra el capitalismo clientelar. O por qué es más eficiente un mercado en el que se respetan las reglas del juego*. Península.
- CHOMSKY, N. (2001). *El beneficio es lo que cuenta: neoliberalismo y orden global*. Planeta.
- GALEANO, E. (1979). *Venas abiertas en América Latina*. Siglo XXI.
- IGNATIEFF, M. (2002): *El honor del guerrero. Retratos impactantes de las nuevas maneras de hacer la guerra*. Ediciones Santillana.
- MANGAS, A. y LIÑÁN NOGUERAS, D.J. (2016). *Instituciones y derecho de la Unión Europea*. Tecnos.
- MARTÍN, J. (2017). *Estado Islámico. Geopolítica del caos*. Los libros de la catarata.
- SARTORI, G. (1987). *Teoría de la democracia*. Alianza Editorial.
- SOSA WAGNER, F. & FUERTES, M. (2013). *Cartas a un euroescéptico*. Marcial Pons.
- TRUYOL Y SERRA, A. (1983). *La sociedad internacional*. Alianza Universidad.
- LEONARD, M. (2014). Brexit y el auge de los nuevos euroescépticos. *Política Exterior*, 14-19.
- ACEMOGLU, D., y ROBINSON, J. A. (2013). *Why nations fail: The origins of power, prosperity, and poverty*. Broadway Business.
- ACEMOGLU, D., y ROBINSON, J. A. (2005). *Economic origins of dictatorship and democracy*. Cambridge University Press.
- ACEMOGLU, D., y ROBINSON, J. A. (2015). The rise and decline of general laws of capitalism. *Journal of Economic Perspectives*, 29(1), 3-28.
- SCHUMPETER, J. A. (2010). *Capitalism, socialism and democracy*. Routledge.
- LIJPHART, A. (2003). *Modelos de democracia*. Planeta.
- OSBORNE, M. J., y RUBINSTEIN, A. (1994). *A course in game theory*. MIT press.
- SÁNCHEZ-CUENCA, I. (2009). *Teoría de juegos* (Vol. 34). CIS.
- RESTREPO VÉLEZ, J. C. (2013). La globalización en las relaciones internacionales: actores internacionales y sistema internacional contemporáneo. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 43(119), 625-654.
- ALMAGRO, J. J., GARMENDIA, J. A., & De la Torre, I. (2009). *Responsabilidad Social*. Pearson Educación.

PLATAFORMA MOODLE

El alumno puede encontrar en la plataforma Moodle documentación del curso académico y la materia. En la plataforma se halla la guía docente, la relación de lecturas y ejercicios que se comentan en las sesiones prácticas y otros materiales de apoyo, incluidos enlaces electrónicos, libros editados para los distintos temas de la materia, entre otros.

TUTORÍAS

El profesor durante la semana tiene cuatro horas de tutorías que aparecen indicadas al comienzo de esta guía salvo modificaciones ulteriores por fuerza mayor que serían comunicadas a los alumnos. En estas horas el alumno puede consultar de manera presencial cuantas dudas, consultas, informaciones precise en relación con la materia.

A través del correo electrónico y durante el periodo lectivo y fuera de las fechas vacacionales se atenderán también aquellas dudas o inquietudes que puedan solventarse con facilidad por este medio electrónico. Si las cuestiones requieren tutoría presencial se indicará al estudiante.

Breve CV del profesor responsable

Guillermo Boscán Carrasquero es Doctor en Ciencia Política, Máster en Estudios Latinoamericanos (Mención en Política) y Máster en Análisis Avanzados de Datos Multivariantes y Big Data. Es Abogado y Licenciado en Ciencias Políticas y Administrativas (Mención en Ciencias Políticas). Ha sido consultor para diversos organismos internacionales, entre ellos, la Organización Internacional para las Migraciones, el Banco Interamericano de Desarrollo, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y la Comisión Europea.