

## **GUÍA DOCENTE**

### **Gestión Económico-Financiera de las Decisiones Estratégicas de Marketing Internacional**

### **MÁSTER U. EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL**

**CURSO 2025-26**

Fecha de publicación: 13-07-2025

 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**  
Fecha firma: 06/03/2026 12:54 | Hash: ecd9b3369357b34851c5635dfa0a5ed8.

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	1 curso, 1S semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

## II.-Presentación

En esta asignatura se aprenderá a interpretar adecuadamente la información financiera y se estudiarán métodos para el análisis y evaluación de la empresa. Seguidamente se mostrará como estimar previsiones del negocio de las compañías, para poder realizar una asignación de presupuestos adecuada. Se introducirá la valoración de inversiones, las medidas de rentabilidad, la determinación de la oferta y la fijación de precios. Finalmente, se abordará el análisis de las inversiones en el exterior, centrándose en los riesgos.

## III.-Resultados de Aprendizaje



CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CG02. Desarrollarse profesionalmente con la habilidad de decidir entre alternativas comerciales y de planes de comunicación con un alcance internacional

CG03. Seleccionar y aplicar correctamente modelos, técnicas, métodos y herramientas de análisis financiero y coste-beneficio específicos de la gestión comercial, el marketing y la comunicación.

CG05. Analizar la situación interna y externa para elaborar diagnósticos de las organizaciones, con el fin de establecer planes y alternativas coherentes.

CT01. Emprendimiento e innovación. Conocer y entender la organización de una empresa y las ciencias que rigen su actividad; tener capacidad para entender las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio.

CT02. Sostenibilidad y Compromiso Social. Conocer y comprender la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar; tener capacidad para relacionar el bienestar con la globalización y la sostenibilidad; lograr habilidades para utilizar de forma equilibrada y compatible la técnica, la tecnología, la economía y la sostenibilidad.

CT03. Trabajo en equipo. Ser capaz de trabajar como miembro de un equipo interdisciplinar, ya sea como un miembro más o realizando tareas de dirección, con la finalidad de contribuir a desarrollar proyectos con pragmatismo y sentido de la responsabilidad, asumiendo compromisos teniendo en cuenta los recursos disponibles.

CT04. Uso solvente de los recursos de información. Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos e información en el ámbito de especialidad, y valorar de forma crítica los resultados de dicha gestión.

CT05. Segunda lengua. Conocer una segunda lengua, el inglés, con un nivel adecuado oral y escrito y en consonancia con las necesidades que tendrán los titulados y tituladas.

CE01. Calcular e interpretar los indicadores económicos, comerciales y financieros que permitan analizar la situación y las tendencias de los mercados nacionales y del comercio internacional

CE04. Realizar previsiones de ventas diferenciadas por mercados dentro de un contexto internacional y establecer objetivos acordados con los diagnósticos teniendo en cuenta la coyuntura previsible de cada país

CE05. Definir los objetivos comerciales de crecimiento, rentabilidad y solvencia para la cartera de productos y para todos los mercados, equipos, canales y países, de modo que contribuyan a los objetivos corporativos

CE06. Adoptar decisiones de marketing internacional en base al análisis estadístico de la información

CE09. Diseñar e implantar modelos de gestión de las cuentas de clientes orientados a maximizar la entrega de valor para los compradores globales y locales

• Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.

• Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



## IV.-Contenido

### IV.A.-Temario de la asignatura

#### TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LOS ESTADOS FINANCIEROS: FUENTE DE INFORMACIÓN FINANCIERA DE LAS COMPAÑÍAS.

- 1.1 Necesidades de información financiera para las decisiones de marketing.
- 1.2 Las cuentas anuales como fuente de información financiera.

Este primer tema contiene una introducción a la principal fuente de información financiera, los estados financieros y sus cuentas anuales, la información que se desprende de ellos y porqué es necesario el conocimiento acerca de su interpretación. Se profundizará en la diversidad de normativa contable sectorial, local e internacional y su identificación para la correcta interpretación de la información financiera.

#### TEMA 2. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS PARA LA TOMA DE DECISIONES.

- 2.1. Objetivos y métodos de análisis de estados financieros al servicio de la toma de decisiones.
- 2.2. Análisis de costes y ventas para determinar el margen de rentabilidad y optimizar las decisiones.
- 2.3. Análisis de la información no financiera de los informes corporativos y el liderazgo responsable.
- 2.4. El cuadro de mando integral como herramienta de control y toma de decisiones.

Una vez explicado el contenido y la información de los estados financieros, pasamos a ver métodos para su análisis y evaluación, fundamentalmente basados en el diagnóstico de indicadores, para conocer si una empresa necesita acelerar su actividad comercial, si no está retornando rentabilidad, si tiene costes elevados, si tiene presiones de liquidez, etc. Asimismo, se estudiará la información no financiera que incluyen las empresas en sus informes corporativos para evaluar su contribución a la sostenibilidad y los ODS. Finalizando con la introducción al Cuadro de Mando Integral como herramienta para el control de todos los indicadores.

#### TEMA 3. PREVISIONES FINANCIERAS, ANÁLISIS DE INVERSIONES Y DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTOS

- 3.1. Valoración y control de inversiones. Señales de insolvencia y alarmas estratégicas.
- 3.2. Previsiones basadas en los estados financieros.
- 3.3. Determinación de presupuestos globales.
- 3.4. Modelos de previsión de ventas.

El siguiente paso consiste en tratar de estimar previsiones en el negocio de las compañías, ser capaz de predecir ventas y costes para poder realizar una asignación de presupuestos lo más exhaustiva y realista posible. Además de la estimación de previsiones, se introducirá al alumno a la valoración de inversiones.

#### TEMA 4. ANÁLISIS DE INVERSIONES EN MARKETING INTERNACIONAL Y SU RENTABILIDAD

- 4.1. Análisis de inversiones en ejecución de la estrategia de marketing internacional y cálculo de su rentabilidad.
- 4.2. Cómo calcular el coste del dinero invertido en el presupuesto de marketing internacional.
- 4.3. Cómo aumentar la rentabilidad de los accionistas por la vía apalancamiento financiero.

De manera más específica, nos centramos en el análisis de las inversiones que las compañías realizan en marketing y cómo se puede medir su rentabilidad.

#### TEMA 5. EL VALOR DEL CLIENTE Y SU IMPLICACIÓN EN LA GESTIÓN DE LA OFERTA

- 5.1. Vinculando el marketing a las finanzas: el valor del cliente y de la percepción de la marca.
- 5.2. Fijación de precios de venta en el marketing internacional.
- 5.3. Análisis de los métodos de imputación y reparto de costes más utilizados para aplicar precios rentables.
- 5.3. Análisis de los factores a considerar y técnicas de obtención de información ante las decisiones sobre precios en la empresa internacional.

Una vez analizadas las inversiones en marketing, se tratará de responder a las siguientes cuestiones: ¿El cliente percibe ese esfuerzo? ¿Cómo lo valora el cliente? En base a la valoración del cliente, las compañías deberán enfocar su oferta y su fijación de precios de un modo u otro.

#### TEMA 6. ANÁLISIS DE INVERSIONES INTERNACIONALES: CONTRATOS, FINANCIACIÓN Y RIESGOS

- 6.1. Los contratos de compraventa internacional.
- 6.2. Ayudas financieras para la internacionalización.
- 6.3. Financiación de inversiones comerciales en el exterior.
- 6.4. Análisis y gestión de riesgos de proyectos internacionales: riesgo económico, riesgo social, riesgo medioambiental y riesgo reputacional. El riesgo-país.
- 6.5. El riesgo del tipo de cambio y las cláusulas de revisión de precios.

Por último, nos centramos en el análisis de las inversiones en el exterior, analizamos el clausulado de los contratos, la tipología



de la operación, a qué tipo de financiación pueden acudir estas empresas para soportar el coste de estas operaciones y los riesgos a que se encuentra expuesta la empresa por esta operativa.

<b>IV.B.-Actividades formativas</b>	
<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
Trabajos colectivos	F03. Trabajo práctico individual o en equipo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar. En el caso de trabajo en grupo, práctica de liderazgo para organizar, desarrollar y presentar los trabajos (10 horas - trabajo autónomo de estudiantes).
Lecturas	F04. Estudio y preparación de actividades. Estudio individual para preparación de exámenes y trabajos (8 horas).
Otras actividades	F01. Exposición de contenidos teóricos mediante clases magistrales. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos concretos (22 horas).
Presentaciones orales	F02. Exposición oral por parte del estudiante. Presentación de los casos prácticos por parte de los integrantes de un grupo de trabajo (5 horas).
Resolución de ejercicios	F05. Resolución casos prácticos (método del caso) Descripción de una situación real o ficticia, tras la que se plantea un problema sobre el que el alumnado debe consensuar una única solución (30 horas).



V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	23
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	22
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	3
Tutorías académicas	12
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	20
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	60
Preparación de pruebas	10
Total de horas de trabajo del alumnado	150

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	M05. Trabajo autónomo. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos fuera del aula.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	M06. Aprendizaje basado en casos prácticos. Resolución de breves problemas por parte de los alumnos que deben desarrollar para adquirir un conocimiento práctico de los contenidos teóricos fundamentales.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	M04. Aprendizaje basado en problemas/proyectos. Realización de trabajos en grupo para desarrollar proyectos de creación de empresa o de investigación en el que es necesario una coordinación del trabajo y una división de las tareas entre los miembros.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	M07. Tutorías. Sesiones de resolución de dudas sobre los conceptos teóricos o bien sobre trabajos prácticos.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 1	Estudio multisectorial de cuentas anuales de empresas reales.

Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	M01. Método expositivo/lección magistral. Exposición de los contenidos teóricos asistidos con casos prácticos como ilustración de dichos concretos.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	M02. Clase expositiva/participativa. Exposición de contenidos teóricos con preguntas a los estudiantes sobre dichos contenidos para facilitar su reflexión y participación en clase.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	M03. Trabajo individual o cooperativo. Realización y presentación de trabajos individualmente o bien en grupo, dependiendo de la carga de trabajo y de la variedad de temas a desarrollar.



## VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

### VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación



Sistema de evaluación	Ponderación (%)	Observaciones
E01. Participación activa en el curso. Participación en las clases magistrales mediante formulación de preguntas o respuestas a las preguntas realizadas por el profesor para profundizar en los contenidos teóricos fundamentales.	10%	No reevaluable
E02. Exámenes de evaluación continua. Constará de dos pruebas una teórica (45%) y otra práctica (15%). Exámenes de carácter obligatorio para verificar el grado de aprendizaje teórico y práctico del alumno sobre la globalidad de los contenidos de la asignatura.	60%	Reevaluable y liberatorio (Nota mínima 5 sobre 10)
E03. Trabajo individual o en grupo. Resolución de casos prácticos para desarrollar alguno de los contenidos teóricos fundamentales.	30%	No reevaluable

**La asistencia a clase es obligatoria**, se exige un mínimo de un 80% de asistencia para poder evaluarse de la asignatura. Si se falta a clase por fuerza mayor, es obligatorio presentar un justificante oficial que acredite el hecho acontecido. El docente explicará el primer día de clase el procedimiento de control de la asistencia verificable que se utilizará en el aula.

**Evaluación continua de pruebas no reevaluables:** las actividades no reevaluables están diseñadas para que el estudiante pueda alcanzar la calificación de 10 sobre 10, siendo criterio del alumno/a qué parte de las prácticas realiza durante el curso. La parte de la evaluación continua tiene una ponderación sobre la calificación global del 40%. La nota obtenida se guardará para la convocatoria extraordinaria, sea aprobada o suspensa y ponderará, según el porcentaje indicado, en el global de la calificación de la asignatura. Aquellos trabajos y/o prácticas que NO sean entregados en la fecha marcada por el profesor, no podrán ser entregados con posterioridad, siendo la calificación de 0 en dicho trabajo o práctica. Las prácticas se entregarán obligatoriamente en el formato que especifique el profesor, en clase; y a través de la tarea correspondiente en la plataforma del Aula Virtual. No será válido ningún trabajo entregado a través del correo electrónico.

**El examen final reevaluable** reflejará los conocimientos mínimos exigidos que permitirán evaluar la asimilación y comprensión de los fundamentos teóricos y prácticos de la asignatura. Esta prueba es obligatoria y es preciso obtener una calificación de 5 sobre 10 para superar la asignatura. Esta prueba tiene una ponderación del 60% sobre la calificación final de la asignatura y, en caso de suspenderla en la convocatoria ordinaria, podrá evaluarse de nuevo en la convocatoria extraordinaria.

**La nota final de la asignatura** (tanto en la convocatoria ordinaria como en la convocatoria extraordinaria) se calculará a partir de los porcentajes que aparecen en la evaluación (indicado en la tabla arriba) siendo necesario obtener mínimo un 5 sobre 10 como nota global final. Los alumnos/as que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria deberán presentarse, sin excepción, en la convocatoria extraordinaria de forma presencial en el aula, al igual que el resto de sus compañeros/as, en la fecha de la convocatoria oficial del examen. No se guardará ningún trabajo ni ninguna nota para años posteriores.

Aquel alumno que copie alguna parte de los ejercicios exigidos para la evaluación de la asignatura (prueba final, trabajo, o cualquier otro ejercicio) quedará suspendido en las convocatorias ordinarias y extraordinarias. Todo ello con independencia del procedimiento disciplinario que, según la normativa de exámenes vigente, se pueda emprender por parte de la propia Universidad Rey Juan Carlos.

#### VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase



La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

#### **VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación**

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

#### **VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales**

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

#### **VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica**

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.



### VIII.-Recursos y materiales didácticos

#### Bibliografía básica

Archel P. y Otros. Estados Contable. Editorial Pirámide  
 Cabello, J.M. (2000), La contratación internacional. Esic Editorial, Madrid.  
 Coca-Pérez, J.L., Fernández-Portillo, A., & Paule-Vianez, J. (2021). Dirección Financiera. Un enfoque práctico de la gestión de carteras (2ª edición). Delta Publicaciones. ISBN: 978-84-16383-36-8.  
 COFACE (2006), Guía de riesgo país. Deusto, Barcelona.  
 Gómez Ortega, A. (2021). Análisis multisectorial de cuentas anuales y sus informes de auditoría. ISBN 978-84368-4362-0. Ediciones Pirámide.  
 Gómez, D., López, J.M. (2002), Riesgos financieros y operaciones internacionales. Editorial ESIC, Madrid.  
 Gómez, D., Carle, G.C. (2004), Los contratos en el marketing internacional. Esic Editorial, Madrid.  
 Hernández, H. (2003), Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional. Fundación Confemetal, Madrid.  
 Llorente. J.I. Análisis de Estados Económico-Financieros. Centro de Estudios Financieros  
 Martínez García. F.J. Análisis de Estados Contables. Editorial Pirámide.  
 McDonald, M., Smith, B., Ward, K. (2013), Marketing and finance: creating shareholder value. Wiley, Nueva York, 2ª ed.  
 Sahin, K. (2014), International marketing & finance. LAP Lambert Academic Publishing, Londres.

#### Bibliografía complementaria

### IX.-Profesorado

<b>Nombre y apellidos</b>	ALBA GÓMEZ ORTEGA
<b>Correo electrónico</b>	alba.gomez@urjc.es
<b>Departamento</b>	Economía de la Empresa
<b>Campus de impartición</b>	Madrid - Vicálvaro
<b>Categoría</b>	Titular de Universidad
<b>Titulación académica</b>	Doctor
<b>Responsable de asignatura</b>	Si
<b>Horario de tutorías</b>	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
<b>Nº de Quinquenios</b>	1
<b>Nº de Sexenios</b>	0
<b>Nº de Sexenios de transferencia</b>	0
<b>Nº de evaluaciones positivas Docencia</b>	2
<b>Nombre y apellidos</b>	LUCÍA GALICIA SANGUINO
<b>Correo electrónico</b>	lucia.galicia@urjc.es
<b>Departamento</b>	Economía de la Empresa
<b>Campus de impartición</b>	Madrid - Vicálvaro



<b>Categoría</b>	Profesor/a Ayudante Doctor/a
<b>Titulación académica</b>	Doctor
<b>Responsable de asignatura</b>	No
<b>Horario de tutorías</b>	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
<b>Nº de Quinquenios</b>	1
<b>Nº de Sexenios</b>	0
<b>Nº de Sexenios de transferencia</b>	0
<b>Nº de evaluaciones positivas Docencia</b>	2

