



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

UNIDAD: Regional Centro	EJE DE FORMACIÓN: Especializante
DIVISIÓN: De Ciencias Económicas y Administrativas	HORAS: 64
DEPARTAMENTO: De Administración	REQUISITO (S): 261 CRÉDITOS
MATERIA: Mercadotecnia Internacional	ESPACIO EDUCATIVO: Optativa Acentuación en Mercadotecnia
CLAVE: 8717	MODALIDAD: Seminario
CRÉDITOS: 5	HORAS CLASE POR SEMANA: 4
PROGRAMA: Licenciatura en Administración	TEORÍA: 1 PRÁCTICA: 3
	Depto. Que Ofrece el Servicio: Administración

OBJETIVO GENERAL DE LA MATERIA

El alumno entenderá la importancia de la mercadotecnia internacional y conocerá los principios, bases, formas y apoyos para exportar; así como los fundamentos para manejar, cotizar, distribuir, comercializar y promover los productos en el extranjero, y mejorará su capacidad de análisis y de decisión en las oportunidades que ofrece el Comercio Internacional y de diseño de programas de exportación y estrategias de Mercadotecnia, acordes a las condiciones de los mercados meta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Interrelacionará el Comercio y la Mercadotecnia Internacional y empresas exportadoras y valorará la manera de cómo influye la información de mercados y las variables del entorno en su accionar para entender y llevar a cabo el proceso de desarrollo de una estrategia de mercadotecnia internacional
2. Conocerá y analizará las principales leyes, reglamentos y disposiciones legales que norman las exportaciones en el país y las importaciones internacionales para que esté en posibilidad de entender cómo pueden influir éstas en decisiones gerenciales y estrategias de mercadotecnia internacional.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



CONTENIDO SINTÉTICO

1. Comercio Internacional
2. Exportación de Productos
3. Normas para la exportación
4. Mercadotecnia Internacional
5. Desarrollo y manejo de productos de exportación
6. Fijación de Precios de Exportación
7. Comercialización en el extranjero
8. Promoción de productos en el extranjero
9. Desarrollo de un plan de exportación

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA

- Resúmenes
- Ilustraciones
- Analogías
- Mapas conceptuales y redes semánticas
- Evaluaciones
- Solución de casos prácticos
- Simulación

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Exposición, análisis y discusión de temas
- Investigación y análisis de temas selectos
- Investigación bibliográfica de conceptos
- Discusiones de grupo
- Solución de problemas teórico – prácticos
- Búsqueda de información adicional a cada uno de los temas, utilizando las nuevas tecnologías de comunicación e informática.



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

UNIVERSIDAD DE SONORA

UNIDAD REGIONAL CENTRO

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Departamento de Administración

Licenciatura en Administración



SISTEMA DE EVALUACIÓN

Porcentualmente la calificación se obtendrá de la siguiente manera:

La suma de las calificaciones de 3 exámenes parciales (15% c/u).....	45%
Presentación de trabajos	40%
Participación en discusiones grupales	15%
Total	100%

PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE

- Licenciado en Administración, Licenciado en Mercadotecnia, preferentemente con experiencia en Mercados internacionales
- Preferentemente con grado de maestría
- Experiencia comprobada de preferencia, en posiciones ejecutivas y/o Consultoría en el área de mercadotecnia
- Mostrar interés por la enseñanza
- Experiencia mínima en docencia de tres años.
- Manejo tecnología de vanguardia

BIBLIOGRAFIA BASICA

1. JEFKINS Frank W. Comercialización actual. Editorial Thornton
2. GARRIDO J. Cómo vender más en su tienda. Editorial Gestión 2000