

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Programa de la asignatura: NEGOCIOS INTERNACIONALES (Enfoque Mercadológico)

LICENCIATURA: ADMINISTRACIÓN		CLAVE:		
SEMESTRE:	PLAN: 2005	ÁREA: Mercadotecnia		
CARÁCTER: Optativa Profesionalizante		HORA / SEMANA / SEMESTRE		Créditos:
		TEÓRICAS	PRÁCTICAS	
		4	0	8
MODALIDAD: Curso				
SERIACIÓN ANTECEDENTE OBLIGATORIA: Ninguna				
SERIACIÓN SUBSECUENTE OBLIGATORIA: Ninguna				

EL OBJETIVO GENERAL DEL CURSO

QUE EL ESTUDIANTE ADQUIERA CONOCIMIENTOS SOBRE VARIOS ELEMENTOS QUE SON IMPORTANTES EN EL NEGOCIO INTERNACIONAL EN UN CONTEXTO DE GLOBALIZACIÓN, EN EL ORDEN QUE EL ALUMNO PUEDA TENER UNA OPCIÓN PARA LOS ESTUDIOS DEL FUTURO O POR INTEGRAR ESTE CONOCIMIENTO A LAS ACTIVIDADES LABORALES, PERO TAMBIÉN POR DISEÑAR LAS PROPIAS ESTRATEGIAS PARA ESTAR INVOLUCRADO EN LOS FUNCIONAMIENTOS PARA NEGOCIOS INTERNACIONALES.

TEMAS:	HORAS SUGERIDAS
I. NEGOCIO INTERNACIONAL EN EL CONTEXTO GLOBAL.	4
II. AMBIENTE DE NEGOCIO INTERNACIONAL Y SELECCIÓN DE MERCADOS OBJETIVO.	6
III. CULTURA EN NEGOCIO INTERNACIONAL.	6
IV. EMPRESAS INTERNACIONALES DE NEGOCIO Y MULTINACIONALES.	6
V. DIRIGIR LA INVERSIÓN EXTERNA.	6
VI. INTEGRACIÓN ECONÓMICA Y POLÍTICA INTERNACIONAL.	6
VII. CONTEXTO DE NEGOCIO INTERNACIONAL Y LA TRÍADA.	8
VIII. ENTREPENURIAL ESTRATEGIA EN NEGOCIO INTERNACIONAL.	4
IX. COMERCIO INTERNACIONAL.	8
X. LOGÍSTICA EN COMERCIO INTERNACIONAL.	10
TOTAL DE HORAS	64

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. BANCOMEXT, *Guía Básica del Exportador*, 12 Ed., México, Bancomext, 2004 pp.
2. BOVEE, Courtland L. *Business in action*, 2a Ed., E.U.A., Prentice Hall. 2004, 400 pp.
3. CATEORA, Philip, *Marketing Internacional*, 10a Ed., México, McGraw-Hill, 2001, 809 pp.
4. DANIELS, John D. Radebaugh, Lee H., *International Business*, 8a Ed., México, Pearson Educación, 2000, 911 pp.
5. JOHANSSON, Johny, *Global Marketing*, 3rd. ed., E.U.A., McGraw-Hill, 2003, 649 pp.
6. KEEGAN J, W., *Global Marketing Management*, 7a. Ed., E.U.A., Prentice Hall, 2002, 617 pp.
7. MESCON, Michael H., *Business Today*, 10th Ed., E.U.A., Prentice Hall, 2002, 552 pp.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. CZINKOTA Michael R, Kotable Masaki, *Administración de Mercadotecnia*, 2ª Edición, México, Thomson, 2001, 599 pp.
2. FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo, *Fundamentos de Mercadotecnia*, México, Thomson, 2002, 336 pp.
3. FISCHER Laura, Espejo Jorge, *Mercadotecnia*, 3ª Edición, México, Mc Graw Hill, 2004, 540 pp.
4. KERIN A. Roger, Berkowitz N. Eric, Hartley W. Steven, Rudelius William, *Marketing*, 7ª Edición, México, Mc Graw Hill, 2003, 857 pp.
5. KOTLER Philip, *Dirección de Marketing* (La edición del milenio), 10ª Edición, México, Pearson Prentice Hall, 2001, 718 pp.
6. KOTLER Philip, Armstrong Gary, *Fundamentos de Marketing*, 6ª Edición, México, Pearson Prentice Hall, 2003, 589 pp.
7. KOTLER Philip, Armstrong Gary, *Marketing*, 8ª Edición, México, Pearson. Prentice Hall, 2001, 691 pp.
8. LAMB W. Charles, Hair F. Joseph, Mc Daniel Carl, *Marketing*, 6ª Edición, México, Thomson, 2002, 751 pp.
9. MC CARTHY Jerome, Perreault William, *Marketing, Un Enfoque Global*, 13ª Edición, México, Mc Graw Hill, 2001, 797 pp.
10. SANDHUSEN Richard L., *Mercadotecnia*, México, CECSA, 2002, 660 pp.
11. STANTON William., Etzel Michael, Bruce J. Walker, *Fundamentos de Marketing*, 13ª Edición, México, Mc Graw Hill, 2003, 764 pp.

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS:

Exposición audiovisual	(X)
Exposición oral	(X)
Ejercicios dentro de la clase	(X)
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajos de investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	(X)
Prácticas de campo	(X)
Otras	(X)

SUGERENCIAS PARA LA EVALUACIÓN:

Exámenes parciales	(X)
Exámenes finales	(X)
Trabajos y tareas fuera de aula	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia a prácticas	(X)
Otras	(X)

PERFIL PROFESIOGRÁFICO DEL DOCENTE:**ESTUDIOS REQUERIDOS**

Licenciatura en Administración , Mercadotecnia o carrera afín, preferentemente con estudios de posgrado.

EXPERIENCIA PROFESIONAL DESEABLE

Experiencia mínima de 3 años en empresas relacionadas con el área o su equivalente.

Tener experiencia docente mínima de 3 años.

OTROS REQUERIMIENTOS

Haber cursado los módulos de didáctica y docencia que imparte la Facultad, para profesores de nuevo ingreso, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.