

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

**Programa de la asignatura: MERCADOTECNIA INTERNACIONAL**

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				

**OBJETIVO GENERAL DEL CURSO:**

AL FINALIZAR EL CURSO, EL ALUMNO SERÁ CAPAZ DE IDENTIFICAR Y DESARROLLAR ESTRATEGIAS Y ACCIONES PARA LOS DIFERENTES ELEMENTOS DE LA MERCADOTECNIA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL, ASÍ MISMO, APLICARÁ LOS CONCEPTOS RESPECTIVOS EN PROYECTOS DE COMERCIO EXTERIOR.

TEMAS:	HORAS SUGERIDAS
I. CONCEPTOS BÁSICOS DE LA MERCADOTECNIA Y DEL COMERCIO INTERNACIONAL.	9
II. MERCADO INTERNACIONAL	9
III. EL PRODUCTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL	6
IV. EL PRECIO PARA EL ÁMBITO INTERNACIONAL	6
V. LA PROMOCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL	10
VI. ¿CÓMO DESARROLLAR EL PLAN DE EXPORTACIÓN?	7
VII. EL ESTUDIO PRODUCTO/ MERCADO	4
VIII. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL	7
IX. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN	6
TOTAL DE HORAS	



#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. ALVAREZ Villagómez Juan, *Impuestos al Comercio Exterior. Práctica, análisis y revisión*, México, GASCA, 2005, 213 pp.
2. CATEORA R., Philip. *Marketing Internacional*, 10ª Edición., México, McGraw-Hill, 2001, 810 pp.
3. CZINKOTA R. Michael, RONKAINER, *Mercadotecnia Internacional*, 7ª Edición, México, Thomson, 2004, 666 pp.
4. LERMA Kirchner Alejandro, *-Comercio y Mercadotecnia Internacional Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial*, México, Thomson, 3ª Edición, 2004, 436 pp.
5. LERMA Kirchner Alejandro, *-Guía para el desarrollo de nuevos productos*, 3ª Edición, México, ECAFSA, 2004, 231 pp.
6. TERPSTRA Vern , RUSSOW C. Lioyd, *Introducción a la Mercadotecnia Internacional*, 4ª Edición, México, Thomson, 2000, 211 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 p.p.
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 o 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.