

PROGRAMA DE ESTUDIOS

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN: Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas

NOMBRE DE LA MATERIA: Mercadotecnia internacional

PROGRAMA EDUCATIVO: Licenciatura en Estudios Internacionales

ASIGNATURA: Optativa

CRÉDITOS: 8

SEMESTRE: Octavo

DURACIÓN: 60 horas

SESIONES: 30

Objetivo general:

Comprender la dinámica del comercio internacional y su interacción con los ambientes culturales, financieros, políticos. Entendimiento de la conducta que se guía a la introducción de productos y distribución física.

Descripción de contenidos por unidades temáticas:

El ambiente internacional de la mercadotecnia, Factores a considerar en la mercadotecnia internacional, consumidores extranjeros, investigación del mercado internacional., distribución y determinación de precios en mercados internacionales.

Publicidad en mercados extranjeros.

Bibliografía:

Philip Cateora, International Marketing, ed. Irwin Series, 2000

W. Keegan, Global Marketing Management, Onkuisit y Shaw, 2000

Sugerencias didácticas:

Lecturas, estudio de casos, exposición del profesor y de alumnos.

Sugerencias de evaluación:

Exámenes, exposición de alumnos, proyecto de mercadotecnia.