



## Mercadotecnia Internacional

### 1. Datos de identificación

Academia		Departamento			
Emprendimiento e Innovación		Departamento de Estudios Organizacionales			
Carreras	rea de formación			Ti o	
Licenciatura en Negocios Internacionales	Especializante Obligatoria			Curso - Taller	
Modalidad	Ciclo	Créditos	Clave	Prerrequisitos	
Presencial	4	8	15429	Mercadotecnia	
Horas	Relación con otras Unidades de aprendizaje				
Teoría [ 40   Práctica [40] Total [ 80 ]	En el ciclo			En otros ciclos	
	Comunicación Intercultural en los negocios			Investigación de Mercados, Mercadotecnia	
Saberes previos					
Conceptos de administración, economía.					
Elaboró	Fecha de elaboración	Actualizó	Fecha de actualización		
M.M. Mónica Alejandra Barba Martínez	Enero de 2017	Dr. Guillermo José Navarro del Toro	09 Junio del 2023		

### 2. Competencia de la Unidad de Aprendizaje

Desarrolla de forma integral los conocimientos, aptitudes, actitudes y habilidades del diseño, implementación y evaluación de planes estratégicos de mercadotecnia internacional.

Desarrolla las siguientes habilidades:

Tomar decisiones que tengan un impacto en las Organizaciones.

Analizar los elementos que afecten el entorno del Marketing Internacional.

Investigar y reflexionar acerca de la importancia de la Planeación Estratégica en la Mercadotecnia.

Indagar y Analizar con respecto a la importancia de la Segmentación de Mercados como Estrategia Competitiva y de Diversificación de Mercados

Trabajar en Equipo

Actitudes y valore:

Libertad de pensamiento al comentar sus puntos de vista, lo que permita integrarse y tener una comunicación para retroalimentar sus conocimientos.

Tolerancia y respeto ante posturas diferentes.

Ética profesional

#### Perfil deseado

Detecta, analiza y desarrolla oportunidades de negocios a nivel internacional.

Define y desarrolla estrategias, diseños, evaluaciones y toma de decisiones sobre el ambiente de los negocios internacionales, tomando en cuenta aspectos tales como: culturales, mercadológico, promoción y logísticos, así como de integración regional.

Ser un profesional con ética, responsabilidad y un alto compromiso social en el desempeño de sus funciones, respetando y aprovechando la diversidad multicultural y respeto al ambiente.

### 3. Competencias a las cuales contribuye la unidad de aprendizaje

Genéricas	Disciplinares	Profesionales
-----------	---------------	---------------



Se identifica como ciudadano mexicano en ejercicio de su profesión y egresado de la Universidad de Guadalajara. Busca, procesa analiza críticamente	IAsume un comportamiento ético sustentado en principios de filosofía, para el ejercicio de sus derechos y obligaciones en diferentes escenarios sociales.	1. Organiza las funciones de la mercadotecnia internacional para el mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa.
--	---	--

I de 3

<p>información procedente de fuentes diversas. Trabaja de forma autónoma. Se comunica forma correcta dependiendo de los diferentes escenarios en que se encuentra. Propicia ambientes que favorece el trabajo en equipo con calidad, calidez y creatividad. Se comunica en una segunda lengua y maneja situaciones de ámbitos internacionales.</p>	<p>2. Argumenta las repercusiones de los procesos y cambios políticos, económicos y sociales que han dado lugar al entorno socioeconómico internacional actual. 3. Propone soluciones a problemas de su entorno con una actitud crítica y reflexiva, creando propuestas de valor al comercio internacional 4. Argumenta sus ideas respecto a diversas corrientes fenómenos, mediante procedimientos teórico-metodológicos. 5. Participa en la construcción de su comunidad, propiciando la interacción entre los individuos que la conforman, en el marco de la interculturalidad. 6. Valora y promueve el patrimonio cultural y económico de su comunidad a partir del conocimiento de su Contribución para fundamentar la identidad del México de hoy a nivel internacional. 7. Aplica principios y estrategias de administración, mercadotecnia y economía, de acuerdo con los objetivos y metas de su proyecto de vida. 8. Propone alternativas de solución a problemas de mercadotecnia internacional de acuerdo a la naturaleza propia de las empresas y su contexto.</p>	<p>2. Aplica métodos y técnicas para realizar la gestión administrativa. 3. Desarrolla habilidades para satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor internacional mediante la atención y el servicio. 4. Comunica mensajes en forma verbal, escrita, visual y corporal para atender al cliente. 5. Maneja información de la empresa para promover sus servicios y productos. 6. Participa, con una visión emprendedora, en el funcionamiento de una empresa y en las estrategias que la hacen productiva y competitiva. 7. Utiliza equipo de oficina y tecnologías de la información y comunicación para su desempeño en funciones mercadológicas.</p>
--	---	---

#### 4. Contenido temático por unidad de competencia

Unidad de competencia 1: Tendencias de la Mercadotecnia Internacional Elaborar el Análisis del Entorno del Marketing Internacional.
Unidad de competencia 2: Estrategias de Redes Internacionales de Mercadeo Analizar las Herramientas de Búsqueda de Clientes Globales.
Unidad de competencia 3: El Concepto de Marketing Mix como estrategia de Mercadotecnia Internacional Realizar Análisis de Marketing Mix en Mercados Globales.
Unidad de competencia 4: Las Buenas Prácticas del Marketing Internacional Elaborar un Programa de Recomendaciones para generar Liderazgo en el Marketing Global.

#### 5. Metodología de trabajo docente y acciones del alumno

Metodología	Acción del docente	Acción del estudiante
-------------	--------------------	-----------------------



Investigación del medio. Role-playing. Aprendizaje basado en problemas (ABP) Estudio de caso. Proyectos de trabajo globales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guiar y asesorar a los estudiantes para que realicen las investigaciones, estudios y proyectos, en relación a los conocimientos adquiridos y el análisis e implementación de estrategias mercadológicas, de acuerdo a cada contexto.</li> </ul>	Investigar, analizar, resolver y aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas para la mejor implementación de estrategias mercadológicas a nivel internacional, en casos y proyectos.
--	--	---

### 6. Criterios generales de evaluación (desempeño)

Actividad	Producto
<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigar necesidades y/o problemas del consumidor a nivel internacional.</li> <li>Desarrollar producto o servicio para exportar.</li> <li>Implementar las estrategias de mezcla de mercadotecnia Internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación de mercados (20%)</li> <li>Plan estratégico de mercadotecnia a nivel internacional (40%)</li> <li>Proyecto final producto o servicio (40%)</li> </ul>

Se recomienda que en cada actividad se practique la autoevaluación y coevaluación con los estudiantes.

### 7. Perfil deseable del docente

Saberes / Profesión	Habilidades	Actitudes	Valores
Lic. Mercadotecnia Lic. Administración Preferentemente con estudios de posgrado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicativas</li> <li>Creativas</li> <li>Análisis</li> <li>Trabajo en equipo</li> <li>Aprendizaje autónomo</li> <li>Gestión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emprendedora</li> <li>Cooperativa</li> <li>Flexibilidad</li> <li>Motivacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad</li> <li>Respeto</li> <li>Tolerancia</li> <li>Proactivo</li> </ul>

### 8. Bibliografía

Básica ara el estudiante

Autor es	Título	Editorial	Año	URL
Michel R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen	Marketing Internacional	Cengage Learning	2021	
Cateora, Philip R.	Marketing Internacional	McGraw Hili	2019	

Com lementaria

Autor es	Título	Editorial	Año	URL
Hoffman, K. Douglas	Marketing de Servicios	Cengage Learning	2020	
Lamb, C. W.	MKTG Marketing	Cengage Learning	2018	
Armstrong, Gary	Fundamentos de marketing	Pearson	2013	

Tepatitlán de Morelos, Jalisco, a 09 de junio de 2023

Nombre y firma del Jefe del Departamento	Nombre y firma del Presidente de la Academia
 <b>Dr. Luis Aguilar Carvajal</b>	 <b>Dr. Guillermo José Navarro del Toro</b>