

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN SIMON
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA ANALÍTICO

Carrera: Administración de Empresas

Programa de: Mercadotecnia IV

Código SIS: 1301055

Nivel: Noveno Semestre

N° Hrs. de clases Teóricas: 4 Hrs.

N° Hrs. de clases Prácticas: 2 Hrs.

Prerrequisitos:

AREAS DE COORDINACION CURRICULAR

1) Mercadotecnia I

VERTICAL

1) Mercadotecnia I.

HORIZONTAL

- 1) Administración de Proyectos.
- 2) Legislación Empresarial.
- 3) Finanzas VI.
- 4) Personal VI.
- 5) Práctica Empresarial.

Objetivos:

- Proporcionar los fundamentos comerciales de los mercados externos.
- Analizar las bases de acción de los ambientes de mercados internacionales.
- Conocer la dinámica de negocios internacionales

Contenidos Mínimos:

- 1. Ambiente Internacional.**
 - 1.1. Ambiente Político y Legal
 - 1.2. Ambiente Económico
 - 1.3. Ambiente Cultural
 - 1.4. Ambiente Financiero
- 2. Negocios Internacionales.**
 - 2.1. La Globalización
 - 2.2. Alianzas Estratégicas.
- 3. Marketing Mix de Exportaciones**
 - 3.1. Producto de Adaptación
 - 3.2. Fijación de Precios Internacionales
 - 3.3. Publicidad Internacional.
 - 3.4. Distribución Física Internacional.

Bibliografía:

- 1) Marketing Internacional ,Czinkota Michael.
- 2) Exportación, Los Secretos del Negocio, Narbona Hernán.