



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

SD
Secretaría de Docencia



Universidad Autónoma del Estado de México • Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales

Universidad Autónoma del Estado de México

Licenciatura en Comercio Internacional 2007

Programa de estudios de la unidad de aprendizaje:

Administración de mercadotecnia



I. Datos de identificación

Licenciatura

Unidad de aprendizaje Clave

Carga académica
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Período escolar en que se ubica

Seriación
UA Antecedente UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso Curso-taller
Seminario Taller
Laboratorio Práctica profesional
Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido No escolarizada. Sistema virtual
Escolarizada. Sistema flexible No escolarizada. Sistema a distancia
No escolarizada. Sistema abierto Mixta (especificar)

Formación común

Unidad de Aprendizaje

Formación equivalente

Unidad de Aprendizaje



II. Presentación del programa

--

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:	Integral
Área Curricular:	Negocios internacionales
Carácter de la UA:	Obligatoria

IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo:

Formar profesionales en el campo del comercio Internacional que posean los conocimientos teóricos y operativos, que les permitan integrarse rápida y eficazmente en el sector público y privado en actividades comerciales, desarrollando tareas relacionadas con las transacciones económicas internacionales.

Objetivos del núcleo de formación: Integral.

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Conocer los conceptos y herramientas a través de las diferentes áreas que respaldan el comercio internacional.



V. Objetivos de la unidad de aprendizaje

Vincular los conceptos de la administración con los de la mercadotecnia y elaborar proyectos viables de exportación.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización

Unidad 1. Conceptos básicos de la mercadotecnia.

Objetivos:

- 1.1 Importancia
- 1.2 Evolución
- 1.3 Tipos
- 1.4 Mercados
- 1.5 Características
- 1.6 Clasificación

Unidad 2. El proceso de segmentación de mercados.

Objetivos:

- 2.1 Métodos.
- 2.2 Estrategias.

Unidad 3. El análisis del modelo de mezcla de mercadotecnia y el ciclo de vida del producto.

Objetivos:

Unidad 4. Desarrollo en la mercadotecnia.

Objetivos:

- 4.1 Planeación estratégica.
- 4.2 Tipos.



4.3 Elementos.

4.4 Características.

Unidad 5. El proceso y evaluación de un plan estratégico.

Objetivos:

VII. Acervo bibliográfico