

Guía para el Profesor

Estrategias de comercialización internacional

LTNI1804

Índice

Información general del curso.....	3
Competencia del curso	3
Metodología del curso.....	4
Temario.....	4
Bibliografía y recursos especiales	5
Evaluación y agendas.....	6
Notas de enseñanza.....	8

Información general del curso

- Licenciatura
- Modalidades: Ejecutiva y En línea
 - Clave banner: LTNI1804.

Competencia del curso

Analiza el mercado internacional para la elaboración de un conjunto de estrategias que permitan la exitosa comercialización de un producto o servicio determinado en el ámbito mundial.

Metodología del curso

Modalidad Ejecutiva:

- En este curso se desarrollará una competencia y se demostrará con dos evidencias (una por cada módulo).
- Deberán cubrirse cuatro temas por semana, con excepción de la última que se verán tres temas.
- Las actividades en el aula se deben de realizar y terminar en clase y tienen una duración aproximada de dos horas.
- Las tareas son para introducir a los alumnos a los siguientes temas.
- Se aplica un examen final.

Los cursos del modelo ejecutivo, como se puede observar en la estructura del curso, tienen dos módulos en los que están distribuidos los 15 temas que integran el contenido del curso.

Una característica importante en este modelo es que las tareas están diseñadas para que los alumnos investiguen y estudien previamente los temas que se revisarán en la siguiente clase.

La explicación del profesor tiene la finalidad de clarificar las dudas de los alumnos y guiar su aprendizaje a través de las actividades diseñadas para este propósito. Este proceso permite que los alumnos busquen explicaciones y se hagan preguntas acerca de los conceptos que se están revisando en el curso.

El ciclo se repite en cada módulo.

Modalidad En línea:

- En este curso se desarrolla una competencia que se demostrará con dos evidencias.
- Se estudiarán 15 temas distribuidos en dos módulos.
- Cada módulo tiene un **autodiagnóstico** que está integrado por preguntas que le permitirán al alumno repasar los temas que se cubren en el curso y podrá realizarlos cuantas veces desee. Los autodiagnósticos están disponibles a través de los botones de la plataforma educativa.
- El alumno debe estudiar cada tema y revisar los recursos de apoyo que se incluyen, como videos y lecturas. Asimismo, debe realizar los ejercicios, exámenes semanales, evidencias y examen final.
- Es importante que el alumno aclare sus dudas con su profesor.

Temario

Los temas que se abordarán en este curso son los siguientes:

1. Identificación y ubicación de los mercados meta
2. Elección de modo de entrada
3. Definición de estrategia de mercadotecnia
4. Decisiones estratégicas para competir
5. Administración de la mercadotecnia internacional
6. Tipos de estrategias
7. Relación producto/cliente y propuesta de valor
8. Relación precio/costo
9. Canal de distribución y conveniencia para el consumidor
10. Promoción, comunicación y cultura
11. Pronóstico de ventas
12. Plan de ventas y operaciones
13. Presupuestos financieros
14. Aspectos logísticos: transporte, inventarios, empaque y embalaje
15. Indicadores y evaluación de resultados financieros

Bibliografía y recursos especiales

Libro de texto:

- Lerma, A., y Márquez, E. (2020). *Comercio y marketing internacional* (5ª ed.). México: Cengage Learning.
ISBN: 9786075269153
ISBN e-book: 9786075269245

Libros de apoyo:

- Cateora, P., Money, R., Gilly, M., y Graham, J. (2020). *Marketing Internacional* (18th ed.). México: McGraw-Hill.
ISBN: 9786071514622
- Kerin, R., y Hartley, S. (2018). *Marketing* (13ª ed.). México: McGraw-Hill.
ISBN: 9781456260972
- Czinkota, M., y Ronkainen, I. (2019). *Marketing Internacional* (11ª ed.). México: Cengage Learning.
ISBN: 9786075268415
ISBN e-book: 9786075268408
- Hill, C. (2021). *Negocios internacionales* (13ª ed.). México: McGraw-Hill.
ISBN: 9781456284800

Evaluación y agendas

La evaluación del curso se estructura de la siguiente manera:

Modalidad Ejecutiva:

Unidades	Instrumento evaluador	Porcentaje
4	Tareas o ejercicios para alumnos en línea	30
6	Actividades	30
2	Evidencias	25
1	Evaluación Final	15
	Total	100

Actividad	Porcentaje
Actividad 1	5
Tarea 1 o ejercicio 1 para alumnos en línea	7
Actividad 2	5
Tarea 2 o ejercicio 2 para alumnos en línea	7
Actividad 3	5
Actividad 4	5
Tarea 3 o ejercicio 3 para alumnos en línea	7
Actividad 5	5
Evidencia 1	10
Tarea 4 o ejercicio 4 para alumnos en línea	9
Actividad 6	5
Evidencia 2	15
Evaluación Final	15
Total	100

Modalidad En Línea:

Unidades	Instrumento evaluador	Porcentaje
3	Ejercicios	25
4	Exámenes rápidos	28
2	Evidencias	32
1	Evaluación final	15
	Total	100

Actividad	Ponderación	
Ejercicio 1	5	
Ejercicio 2	10	
Examen semanal 1	7	
Evidencia 1	15	
Examen semanal 2	7	
Ejercicio 3	10	
Examen semanal 3	7	
Evidencia 2	17	
Examen semanal 4	7	
Evaluación final	15	
	Total	100

Notas de enseñanza

Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados en el mismo, con el fin de detectar y, en su caso, poder actualizar y/o enriquecer previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

Un aspecto de gran importancia en el desarrollo de los temas es su involucramiento como Facilitador para propiciar que la competencia del curso se cumpla. Además, debe preparar a los participantes para que vayan desarrollando propuestas de soluciones innovadoras a problemas actuales propios del área de estudio.

Enseguida puede revisar las notas de enseñanza por tema para este curso.

Tema 1 y 2

Sugerencias para el maestro impartidor:

- El maestro deberá proporcionar ejemplos que ayuden al desarrollo de la actividad.
- El maestro deberá dar un ejemplo del canal de distribución utilizado por una empresa multinacional, dicho ejemplo no deberá ser utilizado por los alumnos.
- Se recomienda que los ejemplos sean de empresas multinacionales de tamaño e importancia significativa a nivel internacional.

Sugerencias para el tutor:

- El tutor deberá proporcionar ejemplos que ayuden al desarrollo de la actividad.
- El maestro deberá dar un ejemplo del canal de distribución utilizado por una empresa multinacional, dicho ejemplo no deberá ser utilizado por los alumnos.
- Se recomienda que los ejemplos sean de empresas multinacionales de tamaño e importancia significativa a nivel internacional.

Tema 3, 4 y 5

Asegúrase de:

1. Conocer el modelo de cuatro pasos para lograr el éxito en los mercados internacionales.
2. Comprender el concepto de competencia y competitividad en el comercio internacional.
3. Identificar las ventajas y desventajas de la internacionalización de las empresas.
4. Comprender la Importancia de la mercadotecnia Internacional.
5. Identificar las cinco fases de la administración de la mercadotecnia internacional.

Tema 6 y 7

Asegurarse de:

1. Comprender las estrategias básicas para competir en el ambiente internacional.
2. Identificar los tipos de estrategias de mercadotecnia que existen.
3. Conocer la mezcla del *marketing* en el ambiente internacional (las 4P's).
4. Comprender las estrategias de productos a nivel internacional.
5. Detectar la generación de valor de un producto.
6. Comprender el funcionamiento del *marketing* en procesos de comercialización entre dos o más países.

Tema 8, 9 y 10

Sugerencias para el maestro impartidor:

- Puede proporcionar algún ejemplo donde se compare un antes y después de un determinado producto.
- Compartir con los alumnos productos que requieren mejoras en cuanto a la publicidad.
- Prevenir a los alumnos una clase antes de la actividad para que lleven folletos, periódicos, revistas, laptop o cualquier elemento de donde se les facilite reunir los ejemplos publicitarios.

Sugerencias para el tutor:

- Puede proporcionar algún ejemplo donde se compare un antes y después de un determinado producto.
- Compartir con los alumnos productos que requieren mejoras en cuanto a la publicidad.
- Prevenir a los alumnos una clase antes de la actividad para que lleven folletos, periódicos, revistas, laptop o cualquier elemento de donde se les facilite reunir los ejemplos publicitarios.

Tema 11 y 12

Sugerencias para el maestro impartidor:

- Se puede asignar un producto diferente.
- Se recomienda llevar ejemplos sobre un producto en particular.
- Mencionar cuáles podrían ser los riesgos al momento de hacer un pronóstico de ventas.

Sugerencias para el tutor:

- Se puede asignar un producto diferente.
- Se recomienda proporcionar ejemplos sobre un producto en particular.
- Comentar cuáles podrían ser los riesgos al momento de hacer un pronóstico de ventas.

Tema 13, 14 y 15

Sugerencias para el maestro impartidor:

- El maestro deberá dar ejemplos de las razones financieras que el alumno deberá de calcular.
- Se recomienda que los estados financieros correspondan a empresas multinacionales de tamaño e importancia significativa a nivel internacional y que coticen en bolsa.

Sugerencias para el tutor:

- El maestro deberá dar ejemplos de las razones financieras que el alumno deberá de calcular.
- ☑ Se recomienda que los estados financieros correspondan a empresas multinacionales de tamaño e importancia significativa a nivel internacional y que cotice en bolsa.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.