

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.