



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS

| | | | | |
|--|---------------------------------|--|----------|----------|
| UNIDAD AZCAPOTZALCO | | DIVISION CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO | | 1/ 2 |
| NOMBRE DEL PLAN POSGRADO EN DISEÑO Y VISUALIZACION DE LA INFORMACION | | | | |
| CLAVE | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE | | CREDITOS | 5 |
| 1407223 | ENTORNOS Y MERCADOS GLOBALES | | TIPO | OPT. |
| H.TEOR. 2.0 | | | TRIM. | III |
| H.PRAC. 1.0 | SERIACION AUTORIZACION | | NIVEL | MAESTRIA |

OBJETIVO (S) :

Objetivo General:

Al final de la UEA el alumnado será capaz de:

Analizar el entorno con un énfasis particular en la dimensión económica para generar elementos que propicien la reflexión en los contextos y mercados globales.

Objetivos parciales:

Al final de la UEA el alumnado será capaz de:

- Reconocer los elementos que integran el entorno internacional.
- Definir el concepto de estrategia global.
- Identificar los mercados emergentes y conocer sus principales características.
- Determinar la dimensión de la economía global y sus tendencias mercadológicas generales.
- Conocer la forma en que las organizaciones crean valor y desarrollan relaciones con los segmentos de mercado.

CONTENIDO SINTETICO:

1. Creación de valor y desarrollo de relaciones.
2. Fundamentos de estrategia global.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 509

Norma Tondero Lopez
LA SECRETARIA DEL COLEGIO

| | | |
|-----------------|--|------------------------------|
| NOMBRE DEL PLAN | POSGRADO EN DISEÑO Y VISUALIZACION DE LA INFORMACION | 2/ 2 |
| CLAVE | 1407223 | ENTORNOS Y MERCADOS GLOBALES |

3. Mercados emergentes.
4. Instituciones formales: política, leyes y economía.
5. Comercio y marketing internacional.

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

- Exposiciones temáticas por parte de un miembro del profesorado y del alumnado.
- Asesoría por parte del miembro del profesorado a cargo de la UEA para la realización de actividades de carácter teórico-práctico.
- Dirección del miembro del profesorado a cargo de la UEA para la elaboración de proyectos teóricos y prácticos.
- Las sesiones se podrán llevar a cabo en forma presencial, semi-presencial, o virtual (a distancia).

MODALIDADES DE EVALUACION:

- El miembro del profesorado a cargo de la UEA presentará los criterios de evaluación al inicio de la UEA.
- Evaluación periódica: participación en la discusión, análisis y reflexión colectiva; preparación y presentaciones temáticas y de proyectos frente a grupo.

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

1. KERIN A., R., & STEVEN W., H. (2018). Marketing. México: McGRAW-HILL.
2. LERMA KIRCHNER, A. E., & MÁRQUEZ CASTRO, E. (2020). Comercio y Marketing Internacional. México: CENGAGE.
3. PENG, M. W. (2015). Estrategia global. México: CENGAGE.
4. PENG, M. W. (2018). Negocios globales. México: CENGAGE.
5. Recursos digitales.

