



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.

