

## Programa de estudios de la asignatura

**Mercadotecnia y Exportación**

Área de desarrollo profesional

Clave: ME385

**Objetivo general de la asignatura**

Al finalizar el curso, el alumno:

Aplicará las herramientas para la comercialización de productos mexicanos de acuerdo a los requerimientos establecidos en los tratados y convenios que tiene México con el exterior.

**Temas y subtemas**

1. La mercadotecnia internacional, sus técnicas y actividades en el ámbito nacional e internacional.

    1.1 Concepto e importancia de la Mercadotecnia Internacional.

    1.2 Objetivos de la Mercadotecnia Internacional.

    1.3 Ambiente de la Mercadotecnia Internacional.

    1.4 Variables Controlables.

        1.4.1 Producto.

        1.4.2 Precio.

        1.4.3 Plaza.

        1.4.4 Promoción.

    1.5 Variables No Controlables Nacionales.

        1.5.1 Políticas y Aspectos Legales.

        1.5.2 Económicas.

        1.5.3 Competencia.

        1.5.4 Tecnología.

    1.6 Variables no Controlables Internacionales.

        1.6.1 Políticas y Aspectos Legales.

        1.6.2 Económicas.

        1.6.3 Competencia.

        1.6.4 Tecnología.

        1.6.5 Culturales.

    1.7 Impacto de las Exportaciones en la Balanza Comercial.

2. Estrategias del Mercado Internacional.

    2.1 Estrategias de Mercadotecnia Internacional.

    2.2 Exportación.

    2.3 Licencias.

    2.4 Conversiones

    2.5 Corporaciones Multinacionales.

- 2.6 Bloques Económicos.
- 2.7 Tratados de Libre Comercio.
- 2.8 Sistema general de preferencias Arancelarias.
- 3. Apoyos financieros, fiscales y promocionales que otorgan organismos nacionales e internacionales en materia de Comercio Exterior.
  - 3.1 Banco Nacional de Comercio Exterior.
  - 3.2 Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
  - 3.3 Secretaría de Economía.
  - 3.7 Organización Mundial del Comercio.
- 4. Características del producto a exportar.
  - 4.1 Creación de productos para exportación.
  - 4.2 Imagen del Producto de exportación.
  - 4.3 Envase, empaque y embalaje.
  - 4.4 Etiquetado.
- 4.1 Imagen corporativa de la empresa.
- 5. Logística de Distribución Internacional.
  - 5.1 Factura comercial.
  - 5.2 Lista de empaque.
  - 5.3 Transporte.
  - 5.4 Seguros.
  - 5.5 Agentes de carga.
  - 5.6 Despacho aduanal.
  - 5.7 Certificación de calidad y cuantificación de mercancías.
  - 5.8 Certificados de origen.
- 6 Lanzamiento de productos al Mercado Internacional.
  - 6.1 Selección del mercado.
  - 6.2 Decisión del producto a exportar.
  - 6.3 Fijación de precios para mercados internacionales.
  - 6.4 Sistemas de distribución internacional.
  - 6.5 Venta personal y administración de ventas.