



**UADE**C

## UNIDAD 1

# PANORAMA DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL



# **UNIDAD 1. PANORAMA DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL**

## **INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD**

Hola bienvenidos a esta primera unidad, donde conoceremos el panorama general de la mercadotecnia internacional. Analizaremos cómo la globalización ha transformado los mercados, quién es el consumidor global, y qué estrategias utilizan las empresas para competir internacionalmente.

También estudiaremos el entorno que rodea a los negocios internacionales (económico, demográfico, cultural, político y tecnológico), y aprenderemos a seleccionar y segmentar mercados meta de manera estratégica.

Este conocimiento nos permitirá entender cómo las empresas logran posicionarse más allá de sus fronteras. Adelante, comencemos!

## **OBJETIVO DE LA UNIDAD**

El estudiante diseñará planes de mercadotecnia internacional a través del desarrollo de los elementos económicos, políticos, sociales, culturales y legales con el objetivo de introducir un producto en los mercados globales a través de la estrategia de producto, precio, plaza y promoción.

## **CONTENIDO TEMÁTICO**

### **UNIDAD I: Panorama de la Mercadotecnia Internacional**

- El Contexto Internacional.
  - El Proceso de Globalización.
  - Fuerzas Impulsoras de la Globalización.
  - El Consumidor Global.
  - Integración Económica Regional.

# UNIDAD 1. PANORAMA DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

- Orientaciones estratégicas en la administración de los Negocios Internacionales:  
Etnocéntrica, Policéntrica, Regiocéntrica y Geocéntrica.
- La Mercadotecnia Internacional.
  - Concepto de Mercadotecnia Internacional.
  - Importancia de la Mercadotecnia Internacional
  - Mezcla de Mercadotecnia Internacional: Estrategia de Producto, Precio, Plaza y Promoción.
- Bases Generales Para el Análisis del Entorno.
  - Ambiente Macroeconómico.
  - Ambiente Demográfico.
  - Ambiente Cultural-social.
  - Ambiente Político-legal.
  - Ambiente Tecnológico e Infraestructura.
- Selección de un Mercado Meta y Segmentación de Mercados.

## EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
ACTIVIDAD: SEGMENTACIÓN PARA NUEVOS MERCADOS	4
CONTROL DE LECTURA: MEDIO AMBIENTE DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	4
FORO: TÚ COMO CONSUMIDOR GLOBAL	4
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD	3
<b>TOTAL</b>	<b>15 PUNTOS</b>

# UNIDAD 1. PANORAMA DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

## ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Segmentación de Mercados	Segmentación de Mercados	Segmentación para Nuevos Mercados