
 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	DISEÑO MICROCURRICULAR DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	Código: F-PE-48
		Página 1 de 8
		Versión D&D: 01

PROGRAMA DE FORMACION CONTINUADA


DIPLOMADO EN MERCADEO INTERNACIONAL

**OFICINA DE EXTENSIÓN ACADÉMICA DE LA INSTITUCION
UNIVERSITARIA DE ENVIGADO**


	DISEÑO MICROCURRICULAR DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	Código: F-PE-48
		Página 2 de 8
		Versión D&D: 01

Los ítems señalados en color azul corresponden al diseño logístico del programa y están bajo responsabilidad de la Oficina de Extensión Académica.


Nombre del Programa Académico	DIPLOMADO EN MERCADEO INTERNACIONAL
1. INFORMACION GENERAL	
Tipo (Si es curso, diplomado, seminario, semillero o taller)	DIPLOMADO
Unidad académica responsable del diseño académico del programa	Facultad de Administración
Duración (horas)	120
Horario (días de la semana y hora a realizarse).	Lunes y martes 6-10 pm, sábados 8-12 am
Fecha inicio	24 de julio de 2018
Fecha fin	13 octubre de 2018
Lugar	IUE
<p>Presentación: Impartir un itinerario formativo para los alumnos y o profesionales interesados en profundizar o actualizar conocimientos en Mercadeo internacional, negocios o comercio internacional para aprender de nuevas herramientas de trabajo en mercados internacionales, investigación, financiación, cooperación y comercialización.</p>	
<p>Público Objetivo: Estudiantes universitarios, profesionales, responsables de departamentos de Mercadeo, áreas de comercio internacional, profesionales de las Ciencias Económicas y/o Administrativas.</p>	
<p>Quienes son los interesados Este programa también se dirige a profesionales, estudiantes, Gerentes, Directores Generales y emprendedores interesados en conocer las estrategias de internacionalización de productos y servicios para diversificar o crear nuevas unidades estratégicas de negocio.</p>	
<p>Justificación: La globalización de la economía, los procesos de integración económica, así como la aparición de nuevos países industrializados y potencias emergentes, suponen un nuevo marco de referencia en el que se desarrolla la actividad internacional de la empresa.</p>	

	DISEÑO MICROCURRICULAR DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	Código: F-PE-48
		Página 3 de 8
		Versión D&D: 01


Nombre del Programa Académico	DIPLOMADO EN MERCADEO INTERNACIONAL
<p>El objetivo es exponer al alumnado los principios, instrumentos y métodos utilizados en el marketing internacional, cuya finalidad es conocer el por qué se realizan intercambios comerciales y el cómo son o deben ser estimulados. Estudia cuáles son las motivaciones que impulsan a realizar dichos intercambios y analiza qué acciones o estrategias se utilizan o deben ser empleadas para generar transacciones beneficiosas tanto para los consumidores como para las empresas u otras organizaciones que ofrecen sus productos o servicios en mercados foráneos.</p>	
<p>Objetivo General: Exponer al alumnado los principios, instrumentos y métodos utilizados en el marketing internacional, facilitando el conocimiento de las herramientas para realizar intercambios comerciales, desarrollar investigación para desarrollo de nuevos nichos o de nuevas líneas de productos y haciendo énfasis en el cómo deben ser estimulados para la compra y disfrute de personas de otras culturas.</p>	
<p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar las decisiones fundamentales de promoción internacional. • Conocer los diferentes tipos de mercado y su influencia en la estrategia de mercadeo. • Analizar en qué medida el comercio internacional propicia la especialización y el bienestar económico. • Identificar las ventajas de la internacionalización de la empresa. • Determinar los aspectos a tener en cuenta en el análisis de los estudios de mercado. • Analizar y obtener la información necesaria para seleccionar los mercados. • Identificar y estudiar las variables a investigar en los mercados exteriores. 	
<p>Competencias:</p> <p>El participante desarrollará las siguientes competencias:</p> <p>El alumno establecerá planteamientos estratégicos de mercadeo internacional, conociendo las diferencias fundamentales del marketing mix al comparar mercados locales versus internacionales.</p> <p>Establecer medios para conocer las necesidades de los clientes en mercados foráneos y satisfacerlas mejor que la competencia, coordinando las diversas actividades en marketing en el entorno global.</p>	

	DISEÑO MICROCURRICULAR DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	Código: F-PE-48
		Página 4 de 8
		Versión D&D: 01


Nombre del Programa Académico	DIPLOMADO EN MERCADEO INTERNACIONAL		
<p>Conocer y aplicar los conceptos fundamentales del marketing internacional, el proceso de toma de decisiones gerenciales y las estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos trazados desde los planes de la organización.</p>			
2. METODOLOGIA			
<p>Estrategia pedagógica a aplicar: se llevarán a cabo clases participativas, magistrales y fundamentadas en el método retórico hermenéutico (pregunta – respuesta – aplicación) con la activa participación de los estudiantes.</p> <p>Clases magistrales, Talleres en grupo, Lecturas previas de casos y de noticias, Aplicación de análisis a través de casos reales y supuestos por medio de libros, películas, estudios de empresa, entre otros.</p>			
3. CONTENIDO TEMATICO			
MODULOS	TEMAS Y SUBTEMAS	MEMORIAS, EVALUACIONES Y TALLERES	INTENSIDAD HORARIA
El entorno cultural de los mercados globales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Historia y geografía: las bases de la cultura 2. Dinámicas culturales en la evaluación de mercados globales 3. Cultura, estilos de gestión y sistemas de negocios 4. El entorno político: un asunto del que ocuparse 5. El ambiente legal internacional: 	<p>Evaluación de conocimientos: talleres</p> <p>Evaluación de desempeño: a través de casos prácticos, situaciones reales y del contexto local – global.</p> <p>Evaluación de producto: los alumnos deberán entregar</p>	30 Horas

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo</p>	DISEÑO MICROCURRICULAR DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	Código: F-PE-48
		Página 5 de 8
		Versión D&D: 01


Nombre del Programa Académico		DIPLOMADO EN MERCADEO INTERNACIONAL	
	jugando bajo las reglas 6. Caso práctico	propuestas, planes e informes de trabajo para afrontar nuevas situaciones e ideas que aporten valor agregado según la situación y el contexto.	
Evaluación de oportunidades del mercado global	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollando una visión global a través de la investigación de mercados 2. Inteligencia de Mercado 3. Criterios a utilizar en las fases iniciales de Selección de Mercados. 4. Fuentes de información 5. Caso práctico 	Evaluación de conocimientos: test, talleres y exámenes cortos. Evaluación de desempeño: a través de casos prácticos, situaciones reales y del contexto local – global. Evaluación de producto: los alumnos deberán entregar propuestas, planes e informes de trabajo para afrontar nuevas situaciones e ideas que aporten valor agregado según la situación y el contexto.	30 Horas..
El plan de marketing internacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Esquema de establecimiento de un Plan de 	Evaluación de conocimientos: test, talleres y exámenes cortos.	40 Horas

	DISEÑO MICROCURRICULAR DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	Código: F-PE-48
		Página 6 de 8
		Versión D&D: 01

Nombre del Programa Académico	DIPLOMADO EN MERCADEO INTERNACIONAL		
	<p>marketing internacional.</p> <p>2. Estrategias alternativas de producto: adaptación vs estandarización ¿Qué adaptar?</p> <p>Características de los productos.</p> <p>3. Análisis de las características y de los componentes del producto.</p> <p>4. El ciclo de vida del producto y la adaptación.</p> <p>5. Decisiones de promoción y comunicación en el marketing internacional.</p> <p>6. El papel de la comunicación en la promoción de marketing internacional.</p> <p>7. Caso práctico</p>	<p>Evaluación de desempeño: a través de casos prácticos, situaciones reales y del contexto local – global.</p> <p>Evaluación de producto: los alumnos deberán entregar propuestas, planes e informes de trabajo para afrontar nuevas situaciones e ideas que aporten valor agregado según la situación y el contexto.</p>	
Preparación de misiones comerciales	<p>1. Preparación de Misiones Comerciales.</p> <p>2. Caso práctico</p>	<p>Evaluación de conocimientos: test, talleres y exámenes cortos.</p> <p>Evaluación de desempeño: a través de casos</p>	20 Horas

	DISEÑO MICROCURRICULAR DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	Código: F-PE-48
		Página 7 de 8
		Versión D&D: 01

Nombre del Programa Académico	DIPLOMADO EN MERCADEO INTERNACIONAL
	<p>prácticos, situaciones reales y del contexto local – global.</p> <p>Evaluación de producto: los alumnos deberán entregar propuestas, planes e informes de trabajo para afrontar nuevas situaciones e ideas que aporten valor agregado según la situación y el contexto.</p>
4. BIBLIOGRAFÍA	
International marketing Philip R. Cateora, Mary C. Gilly, John L. Graham - McGraw-Hill Irwin - 2013	
Marketing internacional para la expansión de la empresa José Luis Jerez Riesco - Álvaro García-Mendoza - Editorial Esic – 2010.	
Marketing internacional Michael Czinkota. – Mexico Cegage - 2008	
Logística Internacional: administración de la cadena de abastecimiento global Douglas Long – Limusa – Mexico - 2006	
Gestión de mercados: fundamentos, investigación, estrategias, operación. Martha Ruth Mendoza Torres – Universidad EAN – Bogotá - 2009	
5. RECURSOS PEDAGÓGICOS Y TECNOLÓGICOS REQUERIDOS	
Video beam, internet, audio (sonido en los salones), material para las videoconferencias.	

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	DISEÑO MICROCURRICULAR DE PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CONTINUADA	Código: F-PE-48
		Página 8 de 8
		Versión D&D: 01

Nombre del Programa Académico	DIPLOMADO EN MERCADEO INTERNACIONAL
Libros, revistas, películas, acceso a las bases de datos de revistas indexadas y de investigación para realizar los trabajos de clase (e.g. EBSCO, SABI, etc).	
6. PERFIL DE LOS FACILITADORES	
Juan Guillermo Estrada Vallejo	<p>Profesor Ocasional de Tiempo Completo del Programa de Administración de Negocios Internacionales. Magister en Negocios Internacionales de la Fundación Universitaria ESUMER Profesional en Administración de Negocios de la Universidad EAFIT E-mail: jgestrada@correo.iue.edu.co</p> <p>Ha sido director de Planeación de Medios y Director Ejecutivo en agencias publicitarias, de comunicación y mercadeo. Su equipo de creativos y su agencia ha exportado servicios de diseño y planes de medios y comunicación a Panamá, República Dominicana, España, Estados Unidos, Reino Unido y Francia.</p> <p>Ha realizado operaciones de comercio exterior con Corea del Sur, Japón, Australia, Canadá, Estados Unidos, México, Argentina, España, Francia y Reino Unido. Su equipo, además de todo lo anterior, actualmente desarrolla plataformas de comercio electrónico y brinda asesoría en marketing digital.</p>

El material académico (memorias, evaluaciones y talleres) debe entregarse junto con el diseño microcurricular.