

CATEDRA INTEGRADORA: MARKETING INTERNACIONAL

1. DATOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

| | | | | |
|---------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|------------------------------|----------------------------|
| Unidad Académica | Facultad de Ciencias Administrativa | | | |
| Carrera: | Administración de empresa | | | |
| Eje de formación | Profesional | Periodo académico: | NOVENO | |
| Tipo de asignatura | Obligatoria | Paralelo: | A | |
| Organización del tiempo: | Año lectivo: | | 2019 (1) | |
| Docente responsable: | Ing. Ricardo Zambrano | | Componente presencial | Componente autónomo |
| | Horas teóricas | Horas en otros escenarios | Total del componente | Total de horas |
| | 48 | 48 | 96 | 96 |
| | | | | 192 |
| | | | | Créditos |
| | | | | 6 |

2. ESTRUCTURA CONCEPTUAL Y DESARROLLO METODOLÓGICO DE LA ASIGNATURA

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|--|-------------------------------|--------------|----------------------------------|------------------------------------|--------------|---|--------------|-------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Nombre de la actividad curricular: | Alcance y desafíos del Marketing Internacional | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Resultados de aprendizaje de la actividad curricular: | Conoce los factores que determinan la globalización al igual que los motivos y procesos para la internacionalización. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Logros de aprendizaje | Contenidos | Procesos didácticos y estrategias | Recursos didácticos | Horas | Actividades prácticas | Escenarios de aprendizaje | Horas | Actividad | Horas | COMPONENTE DE DOCENCIA | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Utiliza los conocimientos adquiridos para llevarlos a la práctica. | Enchadre de la materia: Presentación del docente, políticas, parámetros y PEA | Conferencia | Computador/ proyector | 2 | Trabajos de observación dirigida | Aula de clases / sala de estudios | 1 | Lectura | 3 | | | | | | | | | | |
| | Perspectiva Global: El Comercio Global promueve la paz. | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 2 | Trabajos de observación dirigida | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales | 3 | | | | | | | | | | |
| | Definición y tareas del Marketing Internacional | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como | 3 | | | | | | | | | | |





| | | | | | | | | | | |
|--|---|------------------------------|-------------------------------|----|---|------------------------------------|---|--|---|----|
| Utiliza los conocimientos adquiridos para llevarlos a la práctica. | Etapas de la participación en Marketing Internacional | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 3 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | digitales Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales | 4 | |
| | La orientación del Marketing Internacional | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 3 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales | 3 | |
| Horas teóricas del componente presencial | | | | 12 | Horas prácticas componente pres. | | 5 | Horas comp. autónomo | | 16 |

Nombre de la actividad curricular: Entorno cultural de los Mercados Globales

Resultados de aprendizaje de la actividad curricular: Analiza las diferentes variables que existen en los mercados internacionales

| Logros de aprendizaje | COMPONENTE DE DOCENCIA | | | | | | COMPONENTE AUTÓNOMO | | |
|--|---|-----------------------------------|--------------------------------|-------|----------------------------------|------------------------------------|---------------------|---|-------|
| | Contenidos | Procesos didácticos y estrategias | Recursos didácticos | Horas | Actividades prácticas | Escenarios de aprendizaje | Horas | Actividad | Horas |
| A. Analiza y avalúa teorías/práctica de Negocios Internacionales | Definiciones, orígenes, y elementos de la cultura | Conferencias | Computador / proyector | 2 | Trabajos de observación dirigida | Aula de clases / sala de estudios | 1 | Lectura y trabajos | 2 |
| | Estilos gerenciales en todo el mundo | Conferencias a /lluvia de ideas | Computador / proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos | 2 |





| Horas del componente de docencia | | Horas prácticas del componente presencial | | Horas del componente autónomo | | | | | |
|--|-------------------------------|---|----|---|------------------------------------|---|---|--|----|
| | | | | | | | | | |
| Ética en los negocios internacionales | Conferencia a lluvia de ideas | Computador / proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | documentales, tanto analógicos como digitales | Análisis y comprensión de materiales y tanto documentales, analógicos como digitales | 3 |
| El entorno político - estabilidad de las políticas de gobierno | Conferencia a lluvia de ideas | Computador / proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | documentales, tanto analógicos como digitales | Análisis y comprensión de materiales y tanto documentales, analógicos como digitales | 3 |
| Riesgos políticos de los negocios globales | Conferencia a lluvia de ideas | Computador / proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | documentales, tanto analógicos como digitales | Análisis y comprensión de materiales y tanto documentales, analógicos como digitales | 3 |
| Restricciones para la exportación | Conferencia a lluvia de ideas | Computador / proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Lectura y trabajos | | 3 |
| | | | 12 | Horas prácticas del componente presencial | | 6 | Horas del componente autónomo | | 16 |



| | | |
|--|--|--|
| Nombre de la actividad curricular: | Desarrollo de las Estrategias Globales de Marketing | |
| Resultados de aprendizaje de la actividad curricular: | Investiga los mercados exteriores y las diferentes formas de entrada | |

| Logros de aprendizaje | COMPONENTE DE DOCENCIA | | | | | | COMPONENTE AUTÓNOMO | | | |
|--|---|-----------------------------------|-------------------------------|-------|--|------------------------------------|---------------------|---|-------|----|
| | Contenidos | Procesos didácticos y estrategias | Recursos didácticos | Horas | Actividades prácticas | Escenarios de aprendizaje | Horas | Actividad | Horas | |
| Define los diferentes comportamientos de los mercados internacionales y aplica la mejor forma para entrar en ellos | Estrategias alternativas para ingresar al mercado | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector | 2 | Trabajos de observación dirigida | Aula de clases / sala de estudios | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, analógicos como digitales | 2 | |
| | Productos y servicios de consumo – calidad | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, analógicos como digitales | 4 | |
| | Productos y servicios para las empresas | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, analógicos como digitales | 4 | |
| | Canales del Marketing Internacional | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, analógicos como digitales | 4 | |
| | Comunicaciones de marketing y publicidad internacional Integradas | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, analógicos como digitales | 4 | |
| | Precios para los mercados internacionales | Conferencia /lluvia de ideas | Computador/ proyector/ textos | 2 | Talleres, resolución de casos | Aula de clases y entorno virtuales | 1 | Análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, analógicos como digitales | 2 | |
| Horas del componente de docencia | | | | 12 | Horas prácticas del componente presencial | | 6 | Horas del componente autónomo | | 20 |



4. CRITERIOS NORMATIVOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

| Parcial | | Estrategias evaluativas | | Escenario/Indicadores | | Semana | | Ponderación | |
|-------------------------------|---|----------------------------|--|-----------------------|-----|-------------------------------|---|----------------------------|----------------------------|
| Actuación | Resolución de problemas en clases | Escenario de aprendizaje | Sala de estudios | 5% | 15% | Actuación | Resolución de problemas en clases y fuera de clases | Evaluación final | Indicadores de evaluación |
| | | | Aula de clases | 5% | | | | | |
| Producción (Trabajo autónomo) | Resolución de problemas en clases y fuera de clases | Escenario de aprendizaje | Aula virtual | 5% | 35% | Producción (Trabajo autónomo) | Resolución de problemas en clases y fuera de clases | Evaluación final | Indicadores de evaluación |
| | | | Identifica principios metodológicos y procesos de Negocios Internacionales | los de | | | | | |
| Actuación | Resolución de problemas en clases y fuera de clases | Indicadores de aprendizaje | Evaluación teórica-práctica | 15% | 15% | Actuación | Resolución de problemas en clases y fuera de clases | Evaluación final | Indicadores de aprendizaje |
| | | | Sala de estudios | 5% | | | | | |
| Producción (Autónomo) | Evaluación final | Indicadores de aprendizaje | Aula de clases | 5% | 15% | Producción (Autónomo) | Evaluación final | Indicadores de aprendizaje | Indicadores de desempeño |
| | | | Aula virtual | 5% | | | | | |
| Actuación | Resolución de problemas en clases | Indicadores de desempeño | Identifica principios metodológicos y procesos de Negocios Internacionales | los de | 20% | Actuación | Resolución de problemas en clases | Indicadores de desempeño | Indicadores de desempeño |
| | | | Evaluación teórica-práctica | 15% | | | | | |
| TOTAL PARCIAL | | Peso total | | 100% | | | | | |



5. REFERENCIAS

- a. **Basica**
Philip R, Mary C, John L. (2014). Marketing Internacional. Editorial McGraw-Hill. México.

6. PERFIL DEL PROFESOR QUE IMPARTE LA ASIGNATURA

Ricardo Orley Zambrano Suarez, es graduado con dos Licenciaturas, la primera en el año 2011, con número de registro 1038-11-1047247, y la segunda en Administración de Empresas, con número de registro 1038-11-1058752, las mismas fueron obtenidos en la UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO.

En el año 2015, obtengo un título de MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS CON MENCION EN MARKETING, con número de registro 1006-15-86058622, debido a sus altos conocimientos en el área de conocimiento de MARKETING Y PUBLICIDAD, en el periodo 2017 (1) fue nombrado como coordinador de dicha sub áreas.

7. VISADO

| APROBACIÓN Y REGISTRO DEL SILABO | | |
|--|---|--|
| ELABORACIÓN | REVISIÓN | APROBACIÓN |
| Firma  | Firma y sello  | Firma y sello  |
| (1) Docente Responsable FECHA: | (1) Comisión Académica FECHA: | (1) Decano/a FECHA: |

-FIN-

HORARIO DEL DOCENTE



Docente: RICARDO ORLEY ZAMBRANO SUAREZ

Cédula: 1307778512

Año: 2019

Periodo: 2019 (PERIODO 1)

Especialización:

Unidad Académica: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

| HORA | LUNES | HORA | MARTES | HORA | MIERCOLES | HORA | JUEVES | HORA | VIERNES | HORA | SABADO |
|---------------------|--|---------------------|--|---------------------|--|---------------------|--|---------------------|--|---------------------|--|
| 15:00:00 - 16:00:00 | OPTATIVA 3 [MARKETING INTERNACIONALES] [NEGOCIOS INTERNACIONALES] (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A401 (Facultad Ciencias Administrativas) | 17:00:00 - 18:00:00 | OPTATIVA 3 [MARKETING INTERNACIONALES] [NEGOCIOS INTERNACIONALES] (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A401 (Facultad Ciencias Administrativas) | 17:00:00 - 18:00:00 | A. Doc. Preparación de Clases | 15:00:00 - 16:00:00 | MARKETING ESTRATEGICO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A402 (Facultad Ciencias Administrativas) | 18:00:00 - 19:00:00 | OPTATIVA 3 [MARKETING INTERNACIONALES] [NEGOCIOS INTERNACIONALES] (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A401 (Facultad Ciencias Administrativas) | 07:00:00 - 08:00:00 | MARKETING ESTRATEGICO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): B MANTA - Edif. P - A302 (Facultad Ciencias Administrativas) |
| 16:00:00 - 17:00:00 | OPTATIVA 3 [MARKETING INTERNACIONALES] [NEGOCIOS INTERNACIONALES] (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A401 (Facultad Ciencias Administrativas) | 18:00:00 - 19:00:00 | OPTATIVA 3 [MARKETING INTERNACIONALES] [NEGOCIOS INTERNACIONALES] (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A401 (Facultad Ciencias Administrativas) | 18:00:00 - 19:00:00 | A. Doc. Preparación de Clases | 16:00:00 - 17:00:00 | MARKETING ESTRATEGICO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A402 (Facultad Ciencias Administrativas) | 19:00:00 - 20:00:00 | OPTATIVA 3 [MARKETING INTERNACIONALES] [NEGOCIOS INTERNACIONALES] (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A401 (Facultad Ciencias Administrativas) | 08:00:00 - 09:00:00 | MARKETING ESTRATEGICO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): B MANTA - Edif. P - A302 (Facultad Ciencias Administrativas) |
| 17:00:00 - 18:00:00 | A. Doc. Orientación a través de Tutorías | 19:00:00 - 20:00:00 | A. Doc. Orientación a través de Tutorías | 19:00:00 - 20:00:00 | A. Doc. Preparación de Clases | 17:00:00 - 18:00:00 | A. Doc. Preparación de Clases | - | - | - | - |
| 18:00:00 - 19:00:00 | MARKETING ESTRATEGICO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): B MANTA - Edif. P - A302 (Facultad Ciencias Administrativas) | 20:00:00 - 21:00:00 | A. Doc. Elaboración y calificación de evaluaciones | 20:00:00 - 21:00:00 | MARKETING ESTRATEGICO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS (créditos): A MANTA - Edif. P - A402 (Facultad Ciencias Administrativas) | 18:00:00 - 19:00:00 | A. Doc. Seguimiento de prácticas y pasantías | - | - | - | - |

TOTAL DE HORAS POR INDICADOR DE CARGA HORARIA

A. Doc. Orientación a través de Tutorías: 2h, 0m

CLASES: 12h, 0m

A. Doc. Elaboración y calificación de evaluaciones: 1h, 0m

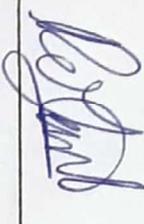
A. Doc. Preparación de Clases: 4h, 0m

A. Doc. Seguimiento de prácticas y pasantías: 1h, 0m

TOTAL HORAS SEMANALES: 20h, 0m


Decano


Secretaria U.A.


Docente