Programa de asignatura

Estrategias de Precios Internacionales

bajo el enfoque por competencias.

jueves, 17 de julio de 2014

I. Datos Generales de la Asignatura

Unidad Académica	Programa Educativo	Área Académica	Año - Semestre
División de Ciencias Económico Administrativas (DICEA)	Licenciatura en Comercio Internacional (LCI)	Comercio Internacional y Finanzas	7° año- Primer Semestre.

Clave	Denominación de la Asignatura	Fecha de Elaboración	Fecha de Aprobación	Fecha de Revisión
	Estrategias de Precios Internacionales	Junio, 2014		

Área de conocimiento	Comercio Internacional y Finanzas
Responsable del Programa:	

Distribución de horas formativas							
Horas Semanales				Horas Semestrales			Créditos Totales
Teoría	Práctica	Viaje de Estudios	Trabajo independiente	Teoría	Práctica	Totales	
3.0	1.5	0.0	2.25	48	24	72	6.75

Nivel		Carácter		Tipo		Modalidad	
Medio Superior	( )	Obligatoria	( )	Teórico	( )	Presencial	(X)
Licenciatura	(X)	Optativa	(X)	Práctico	( )	Mixto	( )
Posgrado	( )	Electiva	( )	Teórico-Práctico	(X)	En Línea	( )

Contextualización de la asignatura (módulo, disciplina, unidades de competencia):

Al establecer un precio se deben considerar los elementos relacionados con el producto, el precio, la plaza y la promoción impactando directamente en el posicionamiento en el mercado al tiempo que considera los costos fijos y variables, a la competencia, a los objetivos organizacionales, las estrategias de posicionamiento, el mercado meta y la disposición de este a pagar el precio establecido siendo un elemento clave comúnmente el punto de equilibrio donde el precio no sea ni muy alto ni muy bajo.

En la era global, los estudiantes de Comercio Internacional y Finanzas deben ser capaces de comprender que el reto empresarial a la hora de vender los productos en el exterior es el establecimiento de precios adecuados considerando el tamaño del mercado nacional, las fluctuaciones de los tipos de cambio en la moneda, las variaciones culturales entre las empresas así como las regulaciones nacionales aplicables a su producto y la red de distribución por donde están vendiendo los productos en el extranjero. Por ello, la asignatura se ubica en el séptimo primer semestre de la Licenciatura en Comercio Internacional y pertenece al área de conocimiento de Comercio Internacional y Finanzas.

Los estudiantes se formaran en un enfoque por competencias y con una estrategia de Aprendizaje Basada en la Solución de Problemas, lo que garantizará que la asignatura Estrategias de Precios Internacionales guarde relación vertical con Microeconomía I y II, Contabilidad, Planeación Estratégica, Mercadotecnia e Imagen Corporativa, Investigación de Mercados, Mercadotecnia internacional, Diseño y Evaluación de Planes de Negocios Internacionales, Comercialización Internacional de Productos Agropecuarios, Operación Aduanera, Contratación y Formas de Pago Internacional así como las materias de las orientaciones de Agronegocios y Negocios Internacionales, Comercio Internacional y Logística además de Mercados Financieros Internacionales, siendo estas: Dirección de Marketing, Negocios de Productos Agrícolas, Negocios de Productos Pecuarios, Derecho Aduanero y Finanzas internacionales.

II. Propósito y Competencia (s) académica (s) de la asignatura

Propósito General

Determinar la fijación de precios internacionales, mediante el análisis de los métodos, las políticas y aspectos legales en el manejo de precios para diseñar estrategias de precios en el comercio internacional.

Competencias genéricas

- Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas de Logística, Negocios y Comercio Internacional.
- Capacidad de adaptación y respuesta ante situaciones previstas y no previstas, ante situaciones de negociación y sociales.
- Capacidad de identificar ofertas exportables y nichos de negocio para el mercado internacional.

Competencias profesionales

- Analizar las tendencias económicas regionales del mundo y sus determinantes, en los vínculos que se establecen en el Comercio Internacional de México.

Competencias específicas

- Desarrollar una visión estratégica de los negocios internacionales.
- Manejar aspectos financieros de los negocios internacionales.

III. Evidencias Generales de Desempeño

Productos o evidencias Generales	Estrategias y Criterios Generales de Evaluación del Desempeño
PRODUCTO: • Reportes de lectura • Ensayos • Análisis escrito de artículos afines a la asignatura • Exposiciones • Investigación documental/campo reportada • Notas de clase • Cuadro comparativo • Simulacros • Informe escrito/digital de proyectos. • Exámenes orales y/o escritos • Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos. **DESEMPEÑO:** • Observaciones por parte del docente en la realización de las actividades • Autoapreciaciones respecto al propio desempeño	**ESTRATEGIAS:** • Rubrica • Lista de cotejo • Participación • Análisis de caso • Aprendizaje Basado en la solución de Problemas • Proyecto integrador con lineamientos y criterios establecidos **CRITERIOS:** • **FORMA:** Estructura, coherencia, claridad, gramática, organización, los tiempos de entrega, seguimiento del formato establecido, creatividad, involucramiento y participación. • **CONTENIDO (DE FONDO):** calidad y organización de la información, establecimiento de los objetivos, los recursos utilizados, las propuestas de soluciones, el cronograma, la puntualidad, las destrezas sociales, las contribuciones, las fuentes de información utilizadas, la creatividad, las conclusiones, la correcta utilización de citas y referencias bibliográficas, la argumentación..

IV. Estructura Básica del programa

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 1	**ASPECTOS FUNDAMENTALES EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS INTERNACIONALES**
Horas Teoría	12.0
Horas Práctica	1.5

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Establecer los principales elementos de la fijación de precios internacionales a través de la revisión de sus características y atributos para asumir una postura personal.

Elementos de la Competencia

Conocimientos	**Habilidades**	**Actitudes y valores**
1.1 Definición de precio internacional 1.2 Importancia del establecimiento de precios en los mercados internacionales 1.3 Factores que intervienen en la determinación de precios internacionales 1.3.1 Tamaño del mercado nacional 1.3.2 Cambio de moneda	Interpreta el concepto de precio internacional. Determina la importancia en el establecimiento de los precios sobre el comercio internacional. Identifica los factores que intervienen en la fijación de precios internacionales.	De manera correcta según las normas, contexto y tipo de producto De manera crítica y por medio de acciones responsables en el ámbito económico comercial Críticamente y por medio de acciones responsables

1.3.3 Diferencias culturales 1.3.4 Regulaciones 1.3.5 Distribución		
1.4 Objetivos de la fijación de precios en los mercados internacionales 1.4.1 Objetivos de la política de precios 1.4.2 Rentabilidad del capital o ventas 1.4.3 Estabilización de precios 1.4.4 Mantenimiento o conquista de un participación en el mercado 1.4.5 Situación al nivel de la competencia 1.4.6 Maximización de beneficios	Distingue los objetivos de la fijación de precios en el comercio internacional.	Desarrolla empatía y tolerancia al trabajar de manera colaborativa con otros.
1.5 Incidencias del entorno en la fijación de precios	Analiza las incidencias en la determinación de precios.	Para su correcto manejo conforme a las normas establecidas
1.6 Incidencia del enfoque de estandarización-adaptación en el establecimiento de los precios internacionales		
1.7 Incidencia de la competencia en la		

fijación de precios 1.7.1 Situaciones competitivas 1.7.2 Comportamientos competitivos 1.7.3 Guerras de precios 1.7.4 Fijación de precios basado en la competencia 1.7.5 Modificaciones de precios 1.7.6 Reacciones a las modificaciones de los precios		
1.8 Esquema para la determinación de precios internacionales 1.9 Precios de trasferencia	Identifica el esquema para la fijación de precios internacionales, así como los precios de transferencia.	Compartiendo sus ideas de manera respetuosa

Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	**Tecnológicos, informáticos y de comunicación**
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Proyecto integrador: Mi futuro precio es…	Toma de notas correspondiente a cada clase. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios

	Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario Establecimiento de las fuentes de información para la investigación documental
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Avances del proyecto integrador	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas: **Título de la Práctica: Mi futuro precio es…** **Propósito**: Elegir una servicio/producto al azar para calcular el precio a partir de considerar elementos de realidad **Duración:1.5**	

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 2	POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS EN EL MANEJO DE PRECIOS
Horas Teoría	12.0
Horas Práctica	4.5

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Aplicar las políticas y estrategias en el manejo de los precios para aplicarlos en planes y operaciones de negocios a partir de emplear diversas estrategias de investigación.

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
2.1 Políticas en el manejo de precios 2.1.1 Dimensiones estratégicas del precio 2.1.2 El precio, punto de vista de los consumidores y distribuidores 2.1.3 Políticas del nivel de precios a lo largo del ciclo de vida del producto 2.1.4 Políticas de descuentos y bonificaciones 2.1.5 Políticas para la obtención de	Determina las políticas en el manejo de precios internacionales.	Valorando la importancia del cumplimiento de las normas de acción y su impacto en el contexto.

beneficios adicionales 2.2 Estrategias de precios 2.2.1 Definición de estrategia de precios 2.2.2 Fijación de precios según el ciclo de vida del producto 2.2.3 Curva de experiencia 2.2.4 Estrategias competitivas y precios 2.2.5 Punto muerto 2.2.6 Diferenciación 0 discriminación de precios 2.2.7 Descuentos de precios 2.2.8 Precio conjunto 2.2.9 Otras estrategias de precios	Distingue las estrategias de precios, para el manejo de los mismos en el contexto internacional.	Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos

Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	**Tecnológicos, informáticos y de comunicación**
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales	Toma de notas correspondiente a cada clase. Lluvia de ideas

Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Proyecto integrador	Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario Informe escrito: avances del proyecto de inversión
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Avances del proyecto integrador	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas: **Título de la Práctica: Políticas y manejo de la estrategia de precios** **Propósito**: Establecer las políticas y manejo de la estrategia de precios para aplicarlo al servicio o producto elegido a partir de trabajo colaborativo de investigación **Duración: 4.5**	

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 3	MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS BASADOS EN EL COSTO Y LA DEMANDA
Horas Teoría	12.0
Horas Práctica	4.5

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Establecer los métodos de fijación de precios basados en el costo y la demanda para emplearlos en los negocios a partir de poner en práctica lo aprendido

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
3.1 Método de fijación de precios basado en el costo	Caracteriza el método de fijación de precios internacionales basado en el costo.	En un marco de tolerancia y negociación
3.1.1 Importancia de los costos de fijación de precios	Reconoce la importancia de los costos en la determinación de precios internacionales.	Participa en el análisis del contexto de manera propositiva
3.1.2 Concepto de costo	Interpreta el concepto de costo.	
3.1.3 Formas de fijación del precio basadas en el costo	Clasifica las formas de fijación del precio basadas en el costo.	Cimentando una interacción ética con su entorno.
3.1.4 Costo completo		
3.1.5 Costo parcial		
3.1.6 Costo completo VS Coste	Compara el costo completo y costo parcial.	En un marco de responsabilidad sociocultural

parcial		
3.2 Método de fijación de precios basados en la demanda	Caracteriza el método de fijación de precios internacionales basado en la demanda.	Con una visión emprendedora y éticamente sostenible
3.2.1 Estimación de las posibles demandas de distintos precios	Estima las posibles demandas de distintos precios.	Aplicando el conocimiento de manera honesta y conforme a las normas establecidas.
3.2.2 Fijación de precios aceptables	Determina la fijación de precios aceptables y esperados.	
3.2.3 Precios esperados		
3.2.4 Precios raro, mágicos o impares y precios redondeados	Identifica las características de los precios raros, mágicos o impares, precios redondeados, precios rentables para el comprador, precio acostumbrado y método del valor percibido.	De manera creativa y responsable con el entorno y el contexto
3.2.5 Precios rentables para el comprador		
3.2.6 Precio habitual o acostumbrado		
3.2.7 Método del valor percibido		

Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	**Tecnológicos, informáticos y de comunicación**
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.

Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Proyecto integrador	Toma de notas correspondiente a cada clase. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario Avances del proyecto integrador
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Avances escritos del proyecto integrador	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.

Actividades Prácticas:
Título de la Práctica: Métodos de fijación de precios basados en el costo y la demanda
Propósito: Establecer un método de fijación de precios para aplicarlo al producto o servicio elegido basado en el costo y la demanda
Duración: 4.5

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 4	EL PRECIO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL
Horas Teoría	6.0
Horas Práctica	7.5

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Analizar el precio en el comercio internacional para realizar ejercicios por medio de estrategias de análisis eficaces

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
4.1 El precio en las operaciones de exportación	Reconoce el precio en las operaciones de exportación.	Desde un marco competitivo y exitoso.
4.1.1 Las estrategias de la empresa sobre el mercado de exportación	Determina las estrategias de la empresa sobre el comercio internacional.	Para adoptar una posición leal ante la competencia.
4.2 Los costos de la logística internacional	Identifica los costos de la logística, costos directos y costos financieros y de riesgo en el comercio internacional.	Que le permitirán interactuar de manera ética con su entorno.
4.3 Los costos directos de comercialización internacional		
4.4 Los costos financieros y de riesgo en los tipos de cambio		
4.5 Las estrategias de precios en la exportación	Compara las estrategias de precios en la exportación.	Participa en el análisis y comparte sus ideas de manera respetuosa.

4.5.1 Precios según margen comercial 4.5.2 Precio según origen-destino 4.5.3 Precio de destino a origen 4.5.4 Precio de lanzamiento internacional		

Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	**Tecnológicos, informáticos y de comunicación**
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Cine debate	Toma de notas correspondiente a cada clase. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario Informe escrito: mi experiencia en las practicas
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.

Ensayo: ¿Los lideres nacen, se hacen o de que son producto?	

Actividades Prácticas:
Título de la Práctica: El precio en el comercio internacional
Propósito: Establecer un precio para posicionar en el mercado internacional el producto o servicio elegido a partir de realizar diversos cálculos estudiados
Duración: 7.5

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 5	**ASPECTOS LEGALES, ÉTICA Y JUSTICIA EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS**
Horas Teoría	3.0
Horas Práctica	5.0

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Realizar análisis de los aspectos legales, ética y justicia para aplicarlas en la fijación de precios a partir de aplicar los conocimientos adquiridos

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
5.1 Aspectos legales en la fijación de precios 5.2 Comportamientos poco éticos en la fijación de precios 5.3 Justicia percibida en la fijación de los precios	Identifica los aspectos legales, comportamientos poco éticos y la justicia percibida en la fijación de precios	Es participativamente responsable en las actividades y con los trabajos encomendados.

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.

Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Cine debate	Toma de notas correspondiente a cada clase. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario Informe escrito: mi experiencia en las practicas
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Ensayo: ¿Los lideres nacen, se hacen o de que son producto?	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.
Actividades Prácticas: **Título de la Práctica:** Aspectos legales, ética y justicia en la fijación de precios **Propósito**: Evaluar los aspectos legales, ética y justicia en la fijación de precios para calcular los riesgos y beneficios del establecimiento a partir de emplear los conocimientos adquiridos. **Duración:4.5**	

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 6	DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PRECIOS INTERNACIONALES
Horas Teoría	3.0
Horas Práctica	1.5

Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Aplicar el diseño de estrategias para aplicarlo a los precios internacionales a partir de considerar la mayoría de los elementos intervinientes.

Contenido de la Unidad de Aprendizaje

Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
6.1 Selección de los objetivos de la fijación de precios	Selecciona los objetivos de la fijación de precios.	Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos
6.2 Estimación de las demandas 6.3 Estimación de los costos	Estima las demandas y los costos en la fijación de precios internacionales.	Valora la importancia de las tendencias y su impacto en el contexto.
6.4 Evaluación de los precios de competencia	Evalúa los precios de competencia.	Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos para resolver los problemas presentes.
6.5 Selección y desarrollo de un método para la fijación de precio	Selecciona y desarrolla el método para la fijación de precios internacionales.	De manera crítica y por medio de acciones socialmente responsables
6.6 Fijación de precio específico	Fija el precio específico en el comercio internacional.	Es responsable en el ámbito económico comercial
6.7 Cambio de precios y consecuencias	Determina el cambio de precios y sus consecuencias.	Desde un marco ètico

Materiales y recursos a utilizar

Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
Libros de texto, artículos, pintarron, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	**Actividades de aprendizaje**
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Revisión general del proyecto integrador	Toma de notas correspondiente a cada clase. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario Informe escrito: mi proyecto de inversión
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	**Criterios de Evaluación del Desempeño**
Notas escritas Redacciones parciales de cada paso de la actividad Informe final de ABP Avances escritos del proyecto integrador	Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.

Actividades Prácticas:
Título de la Práctica: Diseño de estrategias de precios internacionales
Propósito: Evaluar el diseño de estrategias de precios internacionales para constatar el nivel de logro alcanzado por los estudiantes a partir de la integración de las fases del mismo
Duración:1.5

V. Evaluación y Acreditación.

Elaboración y/o presentación de:	**Periodo o fechas**	**Unidades de aprendizaje y temas que abarca**	Ponderación (%)
Trabajos escritos: Reportes de lectura Ensayos Análisis escrito de artículos afines a la asignatura Cuadro comparativo	Acordados en el encuadre por el profesor y los estudiantes	Son actividades que se desarrollaran durante las cinco unidades	10
Practicas			30
Participaciones			10
Notas de clase			05
Informe escrito/digital de proyectos			45
Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos			Serán ponderadas de manera adicional a la calificación semestral con 05 décimas y se podrán presentar como máxime 2 en calidad de asistente o una con valor de 1.0 puntos en caso de ser ponente cuando guarden relación directa con los contenidos de la asignatura demostrándose a través de una redacción de una cuartilla que contenga una descripción puntual de lo aprendido, el programa del evento y la constancia o diploma que lo certifica.
TOTAL			100

VI. Bibliografía y Recursos Informáticos.

Bibliografía Básica

Aceves, V. (2005). *Dirección estratégica: el proceso de formulación de estratégicas.* México: Mc Graw Hill.
Belío, G.J.L (2007).*Claves para gestionar precio, productos y marca.* México. Wolters Kluwer.
García, C. R. (2002).*Marketing Internacional.* España: ESIC.
Jaime, E. J. (2012). *Pricing: nuevas estrategias de precios.* España: ESIC.
Johnson, G., Scholes, K., y Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica.* Pearson Educación.
Kotler, P., Armstrong, G., Cámara, D. Y Cruz, I. (2004): *Marketing.* 10ª ed., Madrid: Prentice-Hall
Kotler, P., Lane, K., Cámara, D. y Mollá, A. (2006): *Dirección de Marketing*.12ª edición. México: Pearson Eduacación.
Kotler, P.; Armstrong, G.; Saunders, J.; Wong, V.; Miquel, S.; Bigné, E. y Cámara, D. (1999): *Introducción al Marketing*. Madrid: Prentice Hall.
Lambin, J.J. (1995): *Marketing Estratégico*. Madrid: McGraw Hill.
Omahe, K. (2004). *La mente del estratega.* México: Mc Graw Hill.
Porter, M. (2010). *Ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior.* México: Piramide S.A.
Rosa, D. I.M., Rondan, C.F.J., y Díez, C.E.C. *(2013). Gestión de precios.* España: ESIC.
Ruiz, O.R.U., Guzmán, O.J., y De la rosa, I. E.J.L. (2008). *Dirección empresarial asistida: cómo alinear estratégicamente su organización.* España: Visión Net.
Sánchez, R. (2012). *Administración y estrategias de precios: herramientas para la toma de decisiones en marketing.* México: Mc Graw Hill.
Sánchez, S.C.R. (2003).*Administración del precio en mercadotecnia.* Méxioc. Thomson.
Sulser, V.R.A., y Pedroza, E.J.E (2004). *Exportación efectiva: reglas básicas para el écito del pequeño y mediano exportador.* México: ISEF.
Thompson y Strickland. (2008). *Dirección y administración estratégica.* México: Mc Graw Hill.
Torres, H. Z. (2008). *Administración estratégica.* México: Grupo Editorial Patria.
Villacorta, T, M, (2010). *Introducción al Marketing Estratégico.* USA.
Wheelen, T., y Hunger, J.D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios: conceptos y casos.* México: Pearson Educación.