



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Mercados Emergentes

Clave	Semestre 5°, 7°u 8°	Créditos 6	Área	Asuntos Globales	
			Campo de conocimiento		
			Etapa		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)		Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()				
			Semana	Semestre	
			Teóricas 2	Teóricas 32	
			Prácticas 2	Prácticas 32	
			Total 4	Total 64	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: El alumno profundizará en el estudio de las características económicas, políticas, sociales e institucionales de las economías emergentes con el fin de identificar áreas de negocio que contribuyan a su desarrollo económico.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Identificará algunos de los factores institucionales relevantes que explican el buen desempeño económico de un país.
2. Describirá las características de un mercado emergente, en particular sus fortalezas,

debilidades y riesgos.			
3. Contrastará las características específicas de distintos mercados emergentes del mundo.			
4. Resolverá casos donde se aborden las diferencias y similitudes entre México y otros países emergentes con el fin de vislumbrar oportunidades de negocios.			
5. Descubrirá las estrategias de negocio a implementar en estos mercados.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Instituciones y desempeño económico	6	2
2	Características de los mercados emergentes	6	4
3	Riesgos asociados a los mercados emergentes	6	6
4	Revisión de casos de los mercados emergentes de alto crecimiento –China, India, Rusia, Brasil y Sudáfrica–	8	10
5	Estrategias de negocio en mercados emergentes	6	10
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía, Administración o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Acemoglu, D. y Robinson, J. (2012). *Why nations fail. The origins of power, prosperity, and poverty*. United States: Crown Publishers.
2. Gillespie, K. y Hennessey, D. (2016). *Global marketing*. United States: Routledge.
3. Serkin, G. (2015). Frontier. *Exploring the top the emerging markets of tomorrow*. United States: Bloomberg News.

Bibliografía complementaria:

1. Harvard Business Review (2011). *Thriving in emerging markets*. United States: Harvard Business School Publishing Corporation.

2. Ranjith, V.K. (2016). Business Models and Competitive Advantage. *Procedia Economics and Finance*, vol. 37, p. 203-207.