

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN Y MARKETING.

SÍLABO: INTELIGENCIA DE MERCADOS INTERNACIONALES.

I. DATOS GENERALES

1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.

1.2 Semestre Académico: 202402.

1.3 Ciclo de estudios: V.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Castellano Ramírez, A. (2021). *Logística comercial internacional* (2a ed.). Universidad del Norte.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/101345>

Charles, G., & Anderson, W. (2016). *International marketing: theory and practice from developing countries*. Cambridge Scholars Publishing.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=4820087>

Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones* (M. del P. Carril Villarreal, Trad.; 12a ed.). Pearson Educación.

<https://owncloud.ucv.edu.pe/index.php/s/hBrVUKZSximHx4g> (Obra original publicada en 2009)

Feenstra, R. C., & Taylor, A. M. (2012). *Macroeconomía internacional* (J. Vera Grijalba, Trad.; 2a ed.). Editorial Reverté.

<https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/macroeconomia-internacional?location=1>

(Obra original publicada en 2012)

Joekes, S., & Evans, P. (2008). *Competencia y desarrollo: el poder de los mercados competitivos*. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=d293fc50-f5f7-3fd3-bd80-621c87111452>

Lee Kim, H. S. (2009). *Marketing internacional: teoría y 50 casos*. Cengage Learning.

<https://owncloud.ucv.edu.pe/index.php/s/awHb3FQJ0PLXwjR>

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación De Mercados* (M. E. Ortiz Salinas, Trad.; 5a ed.). Pearson Educación. <https://owncloud.ucv.edu.pe/index.php/s/Txp1WbXCQaE25CE> (Obra original publicada en 2007)

Rozas Gutiérrez, S., Corredor Velandia, C., Silva Guerra, H., Castellanos Ramírez, A., González Ortiz, J., & Lombana Coy, J. (Ed.). (2011). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*. Editorial Universidad del Norte. <https://www.digitaliapublishing.com/a/13674>

Salazar, N. A. (2011). *Gestión estratégica de la demanda*. Editorial CESA.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/42176>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Castro Fajardo, H., Otálora Gómez, L. M., & Chavarro Miranda, F. (2022). Análisis y evaluación de mercados internacionales de la miel natural. *Apuntes del CENES*, 41(74), 201-240.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/análisis-y-evaluación-de-mercados-internacionales/docview/2705455920/se-2?accountid=37408>
- Coca Carasila, A. M., & Molina Higuera, P. I. (2012). Análisis de la demanda de vivienda: un enfoque de marketing. *Revista Perspectivas*, (29), 7-29.
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S1994-37332012000100002>
- Coca Carasila, A. M. (2011). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. *Revista Perspectivas*, (28), 171-191.
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S1994-37332011000200008>
- De la Rosa Salazar, D. (2015). Centro de inteligencia de mercados Udenar. *Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 16(1), 195–200.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=c291fc01-e7a6-378c-85d2-e7d847f74020>
- Figueredo, C. A., Rincón Parra, N. S., & Salazar Villamil, N. S. (2012). Inteligencia de mercados de productos - provincia del Tundama departamento de Boyacá, con fines de exportación. *Revista Ciencias Estratégicas*, 20(27), 67-76.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/inteligencia-de-mercados-productos-provincia-del/docview/1319794549/se-2?accountid=37408>
- Henao Posada, V. (2013). Internacionalización e internet: una nueva mirada al marketing internacional. *Ad-Minister*, (22), 51-68.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/internacionalización-e-internet-una-nueva-mirada/docview/1506147997/se-2?accountid=37408>
- Katsikeas, C., Leonidou, L., & Zeriti, A. (2020). Revisiting international marketing strategy in a digital era: opportunities, challenges, and research directions. *International Marketing Review*, 37(3), 405-424.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/revisiting-international-marketing-strategy/docview/2533925934/se-2?accountid=37408>
- López-Cadavid, D. A., Vanegas-López, J. G., & Baena-Rojas, J. J. (2020). Aplicación de un método multicriterio en la enseñanza de la investigación de mercados internacionales. *Información Tecnológica*, 31(1), 113–122.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=05669e18-f23b-32df-936d-e3286d07310b>

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

- Hidalgo Mondragón, R. O., & Huanca Espinoza, Y. L. (2021). *Estrategias de marketing digital para la identificación de nuevos mercados internacionales en la Empresa Daewon Susan S.A.C. 2021* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/88175>

Molero Fuentes, J. P. (2022). *Fintech en el Perú: retos y oportunidades para el financiamiento de las mipymes en el comercio internacional*, Lima - 2022 [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/104861>

Nunura Chero, J. A. (2018). *Servicios de los depósitos temporales y el comercio exterior, caso AVM Aduanera S.A.C, 2018* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/125470>