**1. Datos Generales de la asignatura**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre de la asignatura:**  **Clave de la asignatura:**  **SATCA[[1]](#footnote-1):**  **Carrera:** | Gestión de Negocios y Aspectos Técnicos del Comercio Exterior  CLD-2103  2 – 3 – 5  Ingeniería en Gestión Empresarial |

**2. Presentación**

|  |
| --- |
| **Caracterización de la asignatura** |
| El programa de la asignatura de Gestión de Negocios y Aspectos Técnicos de Comercio exterior corresponde a la especialidad de Calidad y Logística Global, está diseñado para realizar un diagnóstico del entorno internacional; a través de aplicación de métodos y técnicas propias de su campo profesional que le permiten desarrollar estrategias eficientes que incidan en ventajas competitivas en los mercados globales.  La presente asignatura aporta al perfil del egresado las habilidades necesarias para promover el diseño e innovación de estrategias y poder implementarlas en los negocios nacionales e internacionales para competir eficientemente en mercados globales. Además de aplicar métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis e interpretación de datos y modelado de sistemas, en los procesos organizacionales para la mejora continua, atendiendo estándares de calidad mundial  Permitirá el diseño, evaluación y emprendimiento de nuevos negocios y proyectos empresariales, analizando las fuerzas que impulsan la globalización y que se requiere en un mercado competitivo, desarrollando la habilidad de analizar e interpretar las diferentes maneras en que una empresa pueda lograr sus objetivos globales que incidan en la rentabilidad del negocio.  Lo anterior conducirá al estudiante a la integración de los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de su plan de estudio de acuerdo al perfil de egreso diseñado para este programa educativo.  La importancia de esta asignatura radica en fomentar una visión nueva de hacer negocios. Los eventos globales y la competencia afectan a casi todas las empresas, la asignatura proporciona una perspectiva global para enfocar sus estrategias desde una postura internacional, desde el conocimiento de los mercados internaciones hasta los aspectos técnicos del comercio exterior para desarrollar estrategias de planeación de negocios considerando los factores que influyen en el marco jurídico Internacional.  Se relaciona principalmente con asignaturas como Entorno Macroeconómico, ya que se requiere que interprete indicadores en los mercados internacionales, por otra parte, involucra la Gestión Estratégica en cuanto al diseño de planes estratégicos que incluyan formas de negocios atendiendo características específicas de mercados globales. |
| **Intención didáctica** |
| La principal actividad del docente dentro del aula se deberá orientar al fomento de habilidades genéricas en primera instancia, como las investigativas, de comunicación oral y escrita, de análisis y síntesis, crítica y autocrítica, para posteriormente integrar las competencias específicas como las siguientes:   * Proponer exposiciones de proyectos en equipos de trabajo. * Promover la investigación formal acerca de los ejes temáticos de la asignatura. * Fomentar la relación del conocimiento teórico con la realidad de su entorno económico y social. * Abordar problemáticas pertenecientes al campo profesional, como los tratados comerciales, sus beneficios y desventajas con respecto a la economía nacional. * Promover la realización de eventos académicos, culturales y de especialidad. |

**3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Lugar y fecha de elaboración o revisión** | **Participantes** | **Observaciones** |
| Monclova, Coahuila. 10 Enero de 2021 | M.C. José Raúl Díaz Menchaca.  M.A.F Martha Elena Renteria Avilez.  M.E. Zaida Aydee González Puente.  Dra. Sandra Lilia Jasso Ibarra.  M.C. Raúl de Jesús Sánchez Hernández.  M.R.I. Laura Elena González Rodríguez.  M.C. Artemisa Hernández Medrano  M.C. Lorena Mota Real  M.A. Verónica Martínez Vela  M.C. Karime Asis Cipriano  Lic. Jaime de Hoyos Valdes  Lic. Ernesto de Jesús Mata Flores | Reunión de trabajo de la Academia de Ingeniería en Gestión Empresarial para el diseño de la especialidad Calidad y Logística Global |

**4. Competencia(s) a desarrollar**

|  |
| --- |
| **Competencia(s) específica(s) de la asignatura** |
| Diseñar, implementar y evaluar proyectos de negocios internacionales que impliquen el desarrollo de habilidades estratégicas como la planificación, gestión, desarrollo, implementación y evaluación de negocios globales con una visión innovadora y tendiente al cambio. Reconocer y aplicar la toma de decisiones en casos reales. |

**5. Competencias previas**

|  |
| --- |
| * Diseñar estratégicas de reconocimiento del entorno con la finalidad de identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para el desarrollo de negocios. * Implementar metodologías de planes de negocios * Aplicar las TIC´s en la gestión empresarial. * Conocer los indicadores de la economía global con la finalidad de realizar proyecciones sobre el mercado global. * Reconocer el marco legal vigente requerido en los negocios internacionales. * Conocimientos de Mercadotecnia * Conocimientos de Entorno Macroeconómico * Conocimiento de Plan de Negocios * Conocimientos de Gestión Estratégica |

**6. Temario**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Temas** | **Subtemas** |
| 1 | Introducción a los Negocios Internacionales | * 1. Importancia de los negocios internacionales   2. Modos de operación en los negocios internacionales (exportaciones e importaciones de mercancías, exportaciones e importaciones de servicios, inversiones).   3. Tipos de organizaciones internacionales   4. La globalización y los negocios internacionales |
| 2 | Mercados Internacionales | * 1. Selección de mercados      1. Factores del entorno internacional (Factores sociales, económicos, demográficos, políticos, legales, culturales, tecnológicos y geográficos).      2. Áreas de integración comercial      3. Organismos Internacionales que intervienen      4. Barreras comerciales      5. Perfil comercial del país a exportar      6. La competencia      7. Cuadro de la economía del país a exportar         1. Distinción del escenario económico/Situación social / Situación política         2. Apertura del mercado (Índice de libertad económica)         3. Niveles de precios (Índice de competitividad)   2. Entornos culturales que enfrentan los negocios      1. Diplomacia para dar a conocer el producto respetando la cultura del país      2. Afinidad/diferencias culturales del país comprador con el vendedor      3. Valor de Marca y significado cultural   3. Prácticas comerciales   4. La Innovación como ejercicio permanente   5. Ética en los negocios internacionales |
| 3 | Planeación de estrategias de mercados internacionales | * 1. Plan de marketing estratégico   2. Clasificación arancelaria del producto   3. Formas de entrada      1. Estrategias de entrada: Exportaciones, licencias, franquicias, joint venture.      2. Offshore      3. Mercados emergentes      4. E-Commerce      5. For faiting   4. Estrategias de financiación   5. Estrategias de distribución física internacional   6. Comercio compensatorio |
| 4 | Negocios internacionales y el comercio exterior | * 1. Plan de negocios internacionales (internacionalización de la empresa)   2. Sujetos y actores del comercio exterior   3. Proceso de exportación   4. Ingeniería de la exportación   5. Investigación del producto a exportar      1. Componentes (ficha técnica)      2. Diseño del producto según el mercado         1. Marca         2. Ajustes ergonómicos         3. Dimensiones del producto (producto, envase y embalaje)         4. Normatividad aplicable al producto (RRNA)   6. Transporte      1. Incoterms      2. Precio de exportación      3. Documentación requerida país de origen y país destino   7. Programas de fomento al comercio exterior |
| 5 | Implementación de estrategias de negocios en los mercados internacionales | * 1. Análisis estratégico empresarial   2. Servicios financieros empresariales   3. Acceso a recursos financieros para la exportación.   4. Practicas innovativas para vincular a pequeños productores con mercados internacionales   5. Evaluación del plan estratégico |

**7. Actividades de aprendizaje de los temas**

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre de tema 1**. Introducción a los negocios internacionales** | |
| Competencias | Actividades de aprendizaje |
| Específica(s):  Comprenderá los conceptos básicos de los negocios internacionales, así como su importancia. Analizará cómo afecta el presente y el futuro de la globalización en los negocios.  Genéricas:   * Capacidad de análisis y síntesis * Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. * Capacidad crítica y autocrítica * Habilidad para trabajar en contextos internacionales * Capacidad de aprender * Adaptarse a nuevas situaciones * Trabajar de forma autónoma | * Realizar una investigación sobre los conceptos básicos de los negocios internacionales * Realizar una reflexión sobre porque las empresas participan en negocios internacionales * Investigará para su discusión y análisis los diferentes modos de operación en los negocios internacionales * Proporcionar a los estudiantes un caso real donde se explique la relación de la globalización y los negocios internacionales |
| **Nombre de tema 2. Mercados internacionales** | |
| Competencias | Actividades de aprendizaje |
| Específica(s):  Comprenderá́ las estrategias más adecuadas para seleccionar un mercado de destino, así́ como los factores que influyen al internacionalizar una empresa.  Genéricas:   * Capacidad de análisis y síntesis * Capacidad de organizar y planificar * Gestión de información * Capacidad crítica y autocrítica * Trabajo en equipo * Habilidad para trabajar en contextos internacionales * Capacidad de aprender * Adaptarse a nuevas situaciones * Capacidad de generar nuevas ideas * Conocimiento de cultura de otros países * Trabajar de forma autónoma | * Investigar los factores y elementos del entorno internacional y de qué manera influyen sobre las relaciones de intercambio que se realizan entre la empresa y el mercado internacional. * Relacionara las áreas de integración comercial en una matriz de datos * Identificara los organismos internacionales que intervienen en el comercio Internacional * Investigar las diferentes barreras comerciales que se enfrentan las empresas al incursionar a otro país. * Seleccionar un país como caso de estudio para aplicar:   + Factores del entorno internacional   + Acuerdos y TLC   + Principales barreras al comercio de ese país.   + Perfil comercial   + Competencia   + Relacionara las variables económicas, políticas, socioculturales que afectan la adaptación de los productos en el país seleccionado, así como su índice de libertad económica y el índice de competitividad * Investigará para su discusión y análisis ¿Cuáles son los entornos culturales que enfrentan los negocios? Ejemplificando mediante exposición, mapa mental o alguna otra técnica de estudio. El país seleccionado respecto a México. * Describirá la importancia de la innovación como ejercicio permanente en la práctica de los negocios internacionales. * Realizará una reflexión de la importancia de la ética en los negocios internacionales |
| **Nombre de tema 3. Planeación de estrategias en mercados internacionales** | |
| Competencias | Actividades de aprendizaje |
| Específica(s):  Desarrollará estrategias que permitan incursionar de manera eficaz y eficiente en los mercados mundiales  Genéricas:   * Capacidad de análisis y síntesis * Capacidad de organizar y planificar * Gestión de información * Capacidad crítica y autocrítica * Trabajo en equipo * Habilidades interpersonales * Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario * Habilidad para trabajar en contextos internacionales * Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes * Adaptarse a nuevas situaciones * Capacidad de generar nuevas ideas * Liderazgo * Conocimiento de cultura de otros países * Trabajar de forma autónoma * Iniciativa y espíritu emprendedor * Preocupación por la calidad | * Crear un equipo de trabajo y por medio de una lluvia de ideas la selección, creación, innovación de algún producto para comercializar * Realizar la clasificación arancelaria del producto elegido (en México y el país seleccionado) y describir la importancia de la clasificación arancelaria del producto como estrategia de mercadeo. * Realizar la selección de mercado con el equipo de trabajo conformado. (comparando los países e identificar el mercado más accesible) * Realizará un plan de marketing estratégico utilizando técnicas y procedimientos para la realización de este utilizando el país seleccionado en el punto anterior. * Diseñara la estrategia más conveniente de entrada utilizando el producto y país seleccionado * Realizará un reporte de investigación de las diversas estrategias de financiación existentes para la realización de los negocios internacionales * Proyectará como profesional estrategias de distribución física internacional considerando las variables que implican. Utilizando el producto y país seleccionado del caso de estudio. * Realizará un reporte de investigación sobre el comercio compensatorio. |
| **Nombre de tema 4. Negocios internacionales y comercio exterior** | |
| Competencias | Actividades de aprendizaje |
| Específica(s):  Formulara un plan de negocios internacionales para un mercado en específico.  Genéricas:   * Capacidad de análisis y síntesis * Capacidad de organizar y planificar * Conocimiento de una segunda lengua * Manejos de la computadora * Gestión de información * Capacidad crítica y autocrítica * Habilidad para trabajar en contextos internacionales * Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes * Compromiso ético * Aplicar los conocimientos en la práctica * Capacidad de generar nuevas ideas * Liderazgo * Conocimiento de cultura de otros países * Trabajar de forma autónoma | * Formulará un plan de negocios internacionales fundamentados en lo trabajado en las unidades 2 y 3. * Realizará un proceso de exportación completo y congruente con el plan de negocios internacionales * Elaborar un reporte del papel que juega los actores en el proceso de exportación/importación * Elaboración del precio de exportación. (comparativo con diferentes incoterms) * Investigar los diferentes programas de fomento al comercio exterior con los que cuenta México y realizar un cuadro de resultados indicando cual es el más utilizado por las empresas en la actualidad. |
| **Nombre del tema: 5. Implementación de estrategias de negocio en los mercados internacionales** | |
| Competencias | Actividad de aprendizaje |
| Específica(s):  Aplicará los métodos de implementación de estrategias de los negocios internacionales, realizando un análisis de los servicios empresariales que la empresa requiere para esta implementación  Genéricas:   * Conocimientos básicos de la carrera. * Habilidad para buscar, procesar y analizar información proveniente de fuentes diversas * Conocimiento de una segunda lengua * Capacidad crítica y autocrítica * Trabajo en equipo * Habilidad para trabajar en contextos internacionales * Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes * Compromiso ético * Adaptarse a nuevas situaciones * Capacidad de generar nuevas ideas * Liderazgo * Trabajar de forma autónoma * Iniciativa y espíritu emprendedor * Preocupación por la calidad | Realizará un análisis estratégico empresarialRealizará un reporte de investigación sobre los servicios financieros empresariales y realizará cálculos relacionados con un caso específico de una empresa local.Investigará en fuentes de información sobre el acceso a recursos financieros para la exportación, incluirá información relacionada con el dinero, instituciones financieras, valores y mercado de valores.Desarrollará una investigación en portales de búsqueda sugeridos sobre como vincular a los pequeños productores en los mercados internacionales.  * Realizará la evaluación de un plan estratégico. |

**8. Práctica(s)**

|  |
| --- |
| * El alumno hará una selección de mercados internacionales estableciendo tres etapas claramente diferenciadas:   + Pre selección de mercados más favorables   + Investigación comparativa de los mercados objetivos (Matriz de clasificación de mercados/países)   + Estudio a profundidad del mercado objetivo seleccionado (creación del plan de marketing internacional) * Creación del plan de marketing Internacional * El alumno va a realizar la clasificación arancelaria de diferentes productos identificando las RRNA del país de origen y el país destino. * El alumno desarrollara una estrategia de distribución física internacional. * El alumno desarrollara un plan de negocios internacionales (Business Plan o plan de internacionalización) * Realizara el proceso completo de exportación (análisis de carga, preparación de envase y embalaje, medio de transporte, costos y documentación necesaria, así como la normatividad del producto a exportar tanto del país de origen como el país destino). * Elaboración del precio de exportación considerando diferentes puntos de entrega. (comparativo con diferentes incoterms) * Se sugiere un viaje a una ciudad fronteriza para conocer el proceso de exportación e importación. * Se invita a participar en eventos o congresos relacionados con los mercados globales |

**9. Proyecto de asignatura**

|  |
| --- |
| El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:   * **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo. * **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitario, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo. * **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y especificas a desarrollar. * **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes. |

**10. Evaluación por competencias**

|  |
| --- |
| Son las técnicas, instrumentos y herramientas sugeridas para constatar los desempeños académicos de las actividades de aprendizaje.  La evaluación debe ser continua y cotidiana por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje, haciendo especial énfasis en:   * Evaluación diagnóstica. * Evaluación formativa, acompañada de la evaluación sumativa. * Reporte de la actividad metacognitiva, que consiste en la realización de una actividad global, obtenida del trabajo en grupo, por ejemplo: Proyecto de exportación específico para una pyme de la localidad. * Presentación ejecutiva del portafolio de evidencias. |

**11. Fuentes de información**

|  |
| --- |
| 1. BERUMEN Sergio A., Arriaza Ibarra Karen, (2004) Negocios internacionales en un mundo globalizado, Editorial CECSA 2. DANIELS John, D., Radebaugh Lee H., Sullivan Daniel P., (2013) Negocios internacionales, ambientes y operaciones. Editorial Pearson, Prentice Hall 3. EDSON D. Cisneros Canlla (2017) E-Commerce: Comercio Electrónico, primera edición en español, editorial S.A. MARCOMBO 4. HOLLENSEN Sven, Arteaga Ortiz Jesús, (2010) Estrategias de marketing internacional, , Editorial Pearson. 5. PHILIP R. Cateora, John L. Graham Marketing Internacional, 16va edición en español, México, Editorial McGraw-Hill. 6. RAYPORT Jeffrey F., Jaworski Bernard J., (2003) e-Commerce, primera edición en español, México, Editorial McGraw-Hill. 7. W.L.HILL Charles, (2007) Negocios internacionales, sexta edición en español, México, Editorial McGraw-Hill. 8. W.L.HILL Charles, (2015) Negocios internacionales; como competir en un mercado global, 10ª edición en español, México, Editorial McGraw-Hill.   Fuentes electrónicas de búsqueda sugeridos:   1. www.sat.gob.mx/aduanas/pasajeros/Paginas/Mercancia\_ingresar\_Mexico.aspx 2. www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12\_270117.pdf 3. www.dof.gob.mx/nota\_detalle.php?codigo=5324941&fecha=09/12/2013 4. https://www.gob.mx/bancomext 5. <http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/> 6. <http://www.sice.oas.org> 7. <https://www.heritage.org/index/heatmap?version=306> 8. <https://www.weforum.org/reports> 9. https://trade.ec.europa.eu 10. http://www.aladi.org/sitioaladi/ 11. www.proexport.com 12. www.procomer.com 13. <http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_cpyme_programas_compex> 14. <http://www.1economiasonora.gob.mx/> 15. Redalyc.org 16. <https://www.wto.org/indexsp.htm> (Organización mundial del Comercio) 17. Prochile.cl/manual\_export\_nuevo/index.htm 18. [www.asesoresdepymes.com](http://www.asesoresdepymes.com/) 19. [www.promexico.gob.mx](http://www.promexico.gob.mx/)  (guía de promoción de productos mexicanos) 20. [www.negociosyemprendimiento.org](http://www.negociosyemprendimiento.org/)  (productos para exportar) 21. [www.dimensionalgroup.net](http://www.dimensionalgroup.net/)  (catálogo de productos para exportar) 22. [www.standardsportal.org](http://www.standardsportal.org/) 23. [www.barrerascomerciales.es](http://www.barrerascomerciales.es/) 24. [www.plancameral.org](http://www.plancameral.org/) 25. [www.comunidad.todocomercioexterior.com.ec](http://www.comunidad.todocomercioexterior.com.ec/) 26. [www.contactopyme.gob.mx](http://www.contactopyme.gob.mx/) 27. www.mercosur.int |

1. Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos [↑](#footnote-ref-1)