

ASIGNATURA DEL ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Competencias	Dirigir proyectos de negocios y de actividades logísticas utilizando fuentes de investigación y técnicas especializadas para apoyar a la competitividad y rentabilidad de la organización
2. Cuatrimestre	Séptimo
3. Horas Teóricas	16
4. Horas Prácticas	29
5. Horas Totales	45
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	3
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno identificará las condiciones del medio y entorno en base a información económica, demográfica, política, cultural y social para contribuir en el análisis de la oportunidad de participar en intercambios comerciales internacionales.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Geografía	5	7	12
II. Geopolítica	7	12	19
III. Proyección y selección de mercados internacionales	4	10	14
Totales	16	29	45

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Geografía
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	7
4. Horas Totales	12
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno interpretará información sobre geografía, humana y física que contribuya al conocimiento sobre mercados emergentes para facilitar las relaciones comerciales.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Geografía humana	Explicar la relación de las actividades comerciales con los procesos industriales, agrícolas, urbanos, rurales, transporte, comunicaciones, sociedad y cultura, para detectar oportunidades de negocios.	Esquematizar las variables relacionadas con las actividades comerciales y las oportunidades de negocios.	Analítico Metódico Responsable Deductivo
Geografía Física	Identificar el efecto que provocan en las actividades humanas y en los negocios, la climatología, hidrografía, ecología, territorios y elementos geo-estratégicos.	Determinar oportunidades de negocios a partir de las características geofísicas.	Analítico Metódico Responsable Deductivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará a partir de un caso un reporte que integre:</p> <ul style="list-style-type: none">• mapa conceptual de la geografía humana.• Propuesta de oportunidades comerciales a partir de identificar lugares, zonas y condiciones geográficas.	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender los conceptos de Geografía humana y física que intervienen en las relaciones comerciales.2. Relacionar características de la geografía humana y física3. Analizar oportunidades comerciales a partir de las características de la geografía humana y física.	<p>Ensayo Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Ejercicios prácticos Tareas de investigación Equipos colaborativos	Materiales impresos (mapas) Equipo multimedia Material audiovisual Internet

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1.Unidad de Aprendizaje	II. Geopolítica
2. Horas Teóricas	7
3. Horas Prácticas	12
4. Horas Totales	19
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno analizará la información social y política de mercados internacionales, que permita determinar e identificar las características óptimas para incursionar en nuevos mercados.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Condiciones y situación sociopolítica de América	Identificar los elementos principales de los sistemas: - Social - Económico - Político considerando principalmente los siguientes países: - México - Canadá - Estados Unidos - Brasil - Argentina - Chile	Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países de América considerando los sistemas: - Social - Económico - Político	Analítico Metódico Responsable Deductivo Trabajo en equipo Liderazgo Empatía

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Condiciones y situación sociopolítica de Asia.	Identificar los elementos principales de los sistemas: - Social - Económico - Político Considerando principalmente los siguientes países: - China - Japón - Rusia - India - Korea - Arabia Saudita	Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países de Asia, considerando los sistemas: - Social - Económico - Político	Analítico Metódico Responsable Deductivo Trabajo en equipo Liderazgo Empatía
Condiciones y situación sociopolítica de Europa	Identificar los elementos principales de los sistemas: - Social - Económico - Político Considerando principalmente los siguientes países: - Alemania - Francia - Reino Unido - España - Italia - Suiza	Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países de Europa, considerando los sistemas: - Social - Económico - Político	Analítico Metódico Responsable Deductivo Trabajo en equipo Liderazgo Empatía

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Condiciones y situación sociopolítica de África	<p>Describir los elementos principales de los sistemas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Social - Económico - Político <p>considerando principalmente los siguientes países:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sudáfrica - Marruecos - Nigeria - Angola - Egipto - Argelia 	<p>Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países de Africa, considerando los sistemas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Social - Económico - Político 	<p>Analítico Metódico Responsable Deductivo Trabajo en equipo Liderazgo Empatía</p>
Condiciones y situación sociopolítica de Oceanía	<p>Describir los elementos principales de los sistemas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Social - Económico - Político <p>Considerando principalmente los siguientes países:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Australia - Nueva Zelanda 	<p>Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países Oceanía, considerando los sistemas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Social - Económico - Político 	<p>Analítico Metódico Responsable Deductivo Trabajo en equipo Liderazgo Empatía</p>
Mercados potencialmente comerciables	<p>Identificar las características de los mercados más apropiados para la inversión</p>	<p>Seleccionar los mercados más apropiados para la inversión, de acuerdo a un caso dado</p>	<p>Analítico Metódico Responsable Deductivo Trabajo en equipo Liderazgo Empatía</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Elaborará una propuesta de oportunidades comerciales con base en el análisis de los sistemas sociales, económicos y políticos de los socios más importantes de México.	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar las condiciones sociales, económicas y políticas de: América, Asia, Europa, África y Oceanía.2. Analizar la información sociopolítica y económica de las diferentes regiones del mundo.3. Seleccionar posibles oportunidades comerciales.	Proyecto Lista de cotejo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Tareas de investigación Ejercicios prácticos Equipos colaborativos	Materiales impresos (mapas) Equipo multimedia Material audiovisual Internet

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. Proyección y selección de mercados internacionales
2. Horas Teóricas	4
3. Horas Prácticas	10
4. Horas Totales	14
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno identificará y conformará propuestas comerciales en función del entorno y necesidades de la organización, para orientar y facilitar las decisiones comerciales de tipo internacional.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Estabilidad política	Describir la situación del sistema político del país a establecer la relación comercial	Elaborar una propuesta comercial acorde a la estabilidad política del país a establecer la relación.	Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo
Facilidades de inversión	Explicar la situación económica del país a establecer la relación comercial.	Elaborar una propuesta comercial acorde a las condiciones económicas del país a establecer la relación.	Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo
Condiciones laborales	Describir las condiciones laborales y de competitividad del país a establecer la relación comercial	Elaborar una propuesta comercial de acuerdo a términos de condiciones laborales y mano de obra del país a establecer la relación.	Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Características culturales	Describir los aspectos de religión, costumbres, tradiciones, lenguaje, valores y actitudes, educación, cultura laboral	Presentar una propuesta comercial acorde a la cultura general del país a establecer la relación.	Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo
Deficiencias del sistema	Identificar las tipologías de los sistemas políticos, según Huntington David Apter, Duverger.	Comparar las tipologías de Huntington, David Apter y Duverger.	Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará una propuesta de intercambio comercial en la que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las condiciones políticas, laborales y culturales. • Cuadro comparativo tomando como base el sistema político mexicano de acuerdo a las tipologías de Huntington, David Apter y Duverger 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los conceptos de: estabilidad política, facilidades de inversión, condiciones laborales, características culturales y tipologías del sistema. 2. Identificar los elementos y características de una propuesta comercial. 3. Relacionar los conceptos de: estabilidad política, facilidades de inversión, Condiciones laborales, Características culturales y tipologías del sistema para elaborar una propuesta comercial. 4. Analizar propuestas comerciales. 	<p>Proyecto Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Ejercicios prácticos Tareas de investigación Equipos colaborativos	Materiales impresos (mapas) Equipo multimedia Material audiovisual Internet

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Realizar un diagnóstico de la empresa mediante técnicas documentales, de observación, estadísticas, operaciones financieras para determinar características comerciales viables de nuevas unidades de negocio en la empresa	<p>Integra un documento con la siguiente información sobre la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad técnica y tecnológica - Capacidad de producción y productividad - Capacidad Financiera - Tamaño y nivel de competencia - Experiencia en mercados nacionales e internacionales - Capacidad y actitud del gerenciamiento - Sistemas administrativos - Análisis de la empresa frente a su entorno local, nacional e internacional
Realizar una investigación de mercados nacional y/o internacional mediante la metodología de la investigación cuantitativa, cualitativa o de factibilidad que permitan facilitar la incorporación a nuevos segmentos de mercado con la finalidad de determinar la viabilidad del mercado y establecer estrategias comerciales	<p>Integra un informe que contenga la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planeación del estudio (mercado meta, elementos económicos, culturales, políticos, sociales, normas y regulaciones, recursos disponibles, con la finalidad de determinar la viabilidad del mercado y establecer estrategias comerciales) - Segmentación del mercado - Determinación de la muestra - Diseño de instrumentos de recopilación de información - Diseño del tipo de muestreo - Análisis e interpretación de resultados - Planeación estratégica de penetración de mercados

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Sandhusen, R.	(2007)	<i>Mercadotecnia Internacional</i>	Washington	E.U.A.	Patria
Lerma, A.	(2004)	<i>Comercio y Mercadotecnia Internacional</i>	Washington	E.U.A.	Cengage Learning
Terpstra, V.	(2001)	Introducción a la Mercadotecnia Internacional	Washington	E.U.A.	Thompson
Keegan, J.	(1998)	<i>Fundamentos de Mercadotecnia Internacional</i>	Washington	E.U.A.	Prentice Hall / Pearson
Reyes Díaz-Leal, E.	(2005)	<i>Comercio Exterior, una visión integral</i>	México, D.F.	México	Bufete internacional
Jeanette S., Martin y Lillian H.	(2006)	<i>Protocolo Comercial</i>	México, D.F.	México	Patria
Secretaría de Economía	(2009)	<i>Subsecretaría de Comercio Exterior</i> www.economia.gob.mx	México, D.F.	México	S. E.

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	