



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

Unidad de Competencia						
Comercio Internacional						
Semestre	Fecha de elaboración			Área de formación		
Octavo	DD	MM	AÑO	Área específica disciplinaria. Sub área Administración Internacional		
	8	Marzo	2016			
PERFIL DEL DOCENTE						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Licenciado en Mercadotecnia, Comercio Internacional, Negocios Internacionales, Administración de Empresas o licenciaturas afines como, Comunicación Social, Ingeniería Industrial, Economía, Relaciones Internacionales, Publicidad, Maestro en Mercadotecnia, en Administración y/o Negocios Internacionales, preferentemente Doctor en Mercadotecnia o área afín. 2. Experiencia profesional mínima de tres años en áreas de mercadotecnia, ventas internacionales, logística, publicidad. 3. Dominio del inglés en el nivel B1, recomendable B2 del MCER o su equivalente. 4. Conocimientos y manejo de TIC's. (software office, Project Management, Simulador de Negocios) 						
HT	HP	HAI	HCD	HSM	CR	ACADEMIA
3	1	2	4	64	6	Administración. Facultad de Contaduría y Administración, C-I. Administración. Facultad de Ciencias de la Administración, C-IV Administración. Escuelas de Ciencias Administrativas, C-VII Administración. Facultad de Ciencias Administrativas, C-VIII Cuerpo Colegiado. Escuela de Ciencias Administrativas Arriaga, C-IX Administración. Escuela de Ciencias Administrativas Istmo-Costa, C-IX Tonalá
Propósito general:				Presentación:		
Al finalizar la unidad de competencia el estudiante formulara un Plan de negocios internacional para promover productos y servicios en mercados globales, aplicando conceptos y técnicas de mercadotecnia a problemas que se presenten en el mercado global.				Esta UA, te aporta como estudiante de la Licenciatura en Administración los conocimientos; habilidades y aptitudes para desenvolverte en un mundo globalizado, con capacidad de comunicación y trabajo en equipo multidisciplinario, en el ámbito de negocios y mercadotecnia internacional, atendiendo a principios, valores, leyes y acuerdos celebrados entre países involucrados, con el apoyo de organismos gubernamentales, basados en la eficiencia y competitividad en el ámbito comercial internacional, así como el analizar y diseñar un proyecto integrador mediante la investigación bibliográfica de las teorías del comercio y mercadotecnia internacional de tal forma que conlleve a un aprendizaje significativo en tu entorno y al ámbito más directo de aplicación. Tiene relación directa con las UC de semestres anteriores y de este semestre tales como son formulación y evaluación de proyectos,		

	<p>plan de negocios y habilidades gerenciales, al poder desarrollar y vincular los conocimientos en un proyecto integral.</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[Comercio Internacional] --> B[Origen y desarrollo del Comercio Internacional] A --> C[Legislación, tratados y Acuerdos Internacionales] A --> D[Logística Internacional] A --> E[Plan de negocios Internacional] </pre> </div>
--	---

Competencias	
Genéricas	Profesionales
<ol style="list-style-type: none"> 1. Formula y gestiona proyectos de inversión y desarrollo para las organizaciones. 2. Desarrolla la actitud emprendedora. 3. Forja la capacidad para identificar, plantear y resolver problemas de forma creativa e innovadora, asumiendo la toma de decisiones con responsabilidad ética y profesional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelar la organización a partir de sistemas de calidad de vanguardia, considerando las teorías, paradigmas y tendencias que influyen en el desarrollo de la misma; aplicando herramientas administrativas en la toma de decisiones, tecnologías de información y comunicación, dentro del marco legal en el que se desarrollan local, nacional e internacionalmente las organizaciones públicas, privadas y sociales. 2. Diseñar e implementar planes de mercadotecnia en función de que la detección de las necesidades existentes en el mercado se realice en forma crítica, metodológica y estructurada, que garantice que con creatividad e innovación, los bienes y servicios producidos por una organización incidan de manera local, nacional o internacional.

Estructura básica de la Unidad de Competencia

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Describe conceptualmente la evolución del Comercio Internacional.	Conocimientos: origen y desarrollo, teorías, mercantilismo, ventajas, modelo.	Al término de la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para describir conceptualmente la evolución del comercio internacional a través de su origen y desarrollo, teorías, mercantilismo, ventajas y modelo; con capacidad de comprensión de consecuencias, capacidad de análisis, síntesis y evaluación; con mente abierta, responsable y con actitud emprendedora y visión del entorno internacional.	1. Origen y Desarrollo del Comercio Internacional. 1.1 Origen y desarrollo del Comercio Internacional, desde sus orígenes hasta la actualidad, factores, insumos, bienes, intermedios y bienes finales. 1.2 Teorías del comercio internacional 1.3 Mercantilismo 1.4 Ventaja absoluta 1.5 Ventaja comparativa 1.6 Teoría de la dotación de factores 1.7 Modelo Heckscher Ohlin
	Habilidades: comprensión de consecuencias, capacidad de análisis, síntesis y evaluación		
	Valores y actitudes profesionales: mente abierta, responsable, actitud emprendedora, visión del entorno internacional		
Evidencias de desempeño			
Elaborar línea del tiempo que explique el origen y evolución del comercio internacional a través del tiempo. Documento sobre las teorías y modelo Heckscher			
Recursos didácticos		Estrategias de aprendizaje	
Apuntes Antología		Exposición del profesor. Investigación bibliográfica e internet	

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Describe y comprende la Legislación relativa al comercio Internacional.	Conocimientos: Identificar los conceptos relacionados con la normatividad y la política comercial internacional	Al término de la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para emplear los conceptos de normatividad nacional e internacional y los organismos reguladores relativos a la legislación para realizar operaciones de comercio exterior. Evaluando las consecuencias con mente	2. Legislación, tratados y acuerdos internacionales 2.1 El TLCAN 2.2 TLC. México con Países Latinoamericanos (TLC-G3, TLC México-Costa Rica, México-Bolivia, México-Nicaragua, México-Chile, TLC Triángulo del Norte, TLC México-Uruguay) 2.3 TLC. México con Unión
	Habilidades: Comprensión de consecuencias, capacidad de análisis, síntesis y evaluación		
	Valores y actitudes profesionales: Mente abierta, responsable, actitud emprendedora, visión del entorno internacional		

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

		abierta, responsable y con actitud emprendedora y visión del entorno internacional de los Tratados y acuerdos Internacionales. (Aspectos Generales de los Tratados Internacionales en materia de Comercio exterior suscritos por México con otros países).	Económica Europea. (TLCUEM) 2.4 TLC. México con Israel 2.5 TLC. México con Japón 2.6 Convenio México Panamá 2.7 Mercados Emergentes. 2.8 Organismos nacionales de apoyo a la exportación. 2.9 Organismos internacionales de apoyo a la exportación.
--	--	---	---

Evidencias de desempeño

Elaborar un documento que contenga:

1. Las políticas comerciales y de proteccionismo.
2. Las barreras arancelarias y no arancelarias.
3. La selección de las agencias y dependencias reguladoras de comercio exterior.
4. La operación de las normas y principios que inciden en el comercio exterior.

Recursos didácticos

Apuntes
Legislación en materia de comercio internacional
Antología

Estrategias de aprendizaje

Exposición del profesor.
Investigación bibliográfica
Trabajos escritos.

455

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
	<p>Conocimientos: Define el concepto y Distingue los componentes, así como la importancia de la logística internacional y las funciones de la misma.</p> <p>Habilidades: Comprensión de consecuencias, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, Asertividad y Determinación de soluciones y alternativas</p> <p>Valores y actitudes profesionales: Mente abierta, responsable, actitud emprendedora, visión del entorno internacional, objetividad</p>	<p>Al término de la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para examinar y reconocer los componentes y su importancia de la logística Internacional con una visión emprendedora desde un marco competitivo y exitoso Aplicando el conocimiento conforme a las normas establecidas. Para a Logística Internacional adoptar una posición leal ante la competencia. Aplicándolo de manera creativa</p>	<p>3. Logística Internacional 3.1 Concepto de logística internacional, importancia y funciones 3.2 Componentes de la logística 3.3 Logística internacional y exportación 3.4 Externalización logística 3.5 Tendencias actuales en logística internacional 3.6 Estrategias de logística internacional a) Estrategias logísticas</p>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

Examina y reconoce la Logística Internacional		y objetiva	clave b) La logística y la cadena de valor c) Decisiones logísticas según diferentes modos de competitividad d) La logística como ventaja competitiva de valor agregado 3.7 Preparación de la mercancía para la cadena logística internacional 3.8 Adecuación del envase y embalaje
Evidencias de desempeño			
Elaborar documento estableciendo la importancia de la logística internacional y el diseño hipotético de estrategias de logística Exposición por equipos sobre casos de empresas y su logística			
Recursos didácticos		Estrategias de aprendizaje	
Apuntes Antología Videos (documentales, películas)		Exposición del profesor. Investigación bibliográfica y virtual Estudios de Casos Prácticos Visita Empresarial	

456

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Propone Plan de Negocios Internacional	Conocimientos: establecer las bases para desarrollar un Plan de Negocios Internacional Habilidades: Cooperatividad, Comprensión de consecuencias, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, creatividad, trabajo en equipo Valores y actitudes profesionales: Mente abierta, responsable, actitud emprendedora, visión del entorno internacional	Al término de la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para realizar un Plan Estratégico de Comercio Internacional para promover un bien o servicio en el extranjero con capacidad de análisis y evaluación de las consecuencias con mente	4. Plan de Negocios Internacional. 4.1. Aspectos generales de un plan de negocios internacional 4.2. Análisis de mercado internacional. 4.3. análisis de Producto 4.4. aspectos legales de los negocios internacionales 4.5. propuesta mercadológica

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

		abierta, responsable y con actitud emprendedora y visión del entorno internacional.	4.6. propuesta financiera 4.7. integración del plan 4.8. resumen ejecutivo
--	--	---	--

Evidencias de desempeño

Elaborar una propuesta de plan de negocios internacionales

Recursos didácticos	Estrategias de aprendizaje
Apuntes Antología	Exposición del profesor. Investigación bibliográfica, hemerográfica e internet Trabajos escritos. Exposiciones

Estrategias de evaluación			Competencia que evidencia	%
Criterios	Instrumentos	%		
Conocimientos	Evaluaciones por escrito parciales (3) Linea de tiempo Documentos de trabajo Propuesta de plan Exposiciones	40	Genéricas 1. Formula y gestiona proyectos de inversión y desarrollo para las organizaciones. 2. Desarrolla la actitud emprendedora. 3. Forja la capacidad para identificar, plantear y resolver problemas de forma creativa e innovadora, asumiendo la toma de decisiones con responsabilidad ética y profesional	20 20 20
			Profesionales 1. Modelar la organización a partir de sistemas de calidad de vanguardia, considerando las teorías, paradigmas y tendencias que influyen en el desarrollo de la misma; aplicando herramientas administrativas en la toma de decisiones, tecnologías de información y comunicación, dentro del marco legal en el que se desarrollan local, nacional e internacionalmente las organizaciones públicas, privadas y sociales.	40
Habilidades	Trabajo en equipo	40	Genéricas	

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

	Investigación bibliográfica, internet Análisis de casos de empresas Exposiciones Uso de Simuladores de empresas		Coperatividad Comprensión de consecuencias Capacidad de análisis, síntesis y evaluación Creatividad, Trabajo en equipo Profesionales Diseñar e implementar planes de mercadotecnia en función de que la detección de las necesidades existentes en el mercado se realice en forma crítica, metodológica y estructurada, que garantice que con creatividad e innovación, los bienes y servicios producidos por una organización incidan de manera local, nacional o internacional.	10 10 10 10 10 50
Actitudes y valores	Investigación bibliográfica, hemerográfica e internet Trabajos escritos. Exposiciones	20	Mente abierta Responsable, Actitud emprendedora Visión del entorno internacional	25 25 25 25

458

Referencias.

Básicas:	Complementarias:
Bibliográficas:	Bibliográficas:
<p>Acerenza Miguel Ángel, (2014) Marketing Internacional, Edit. Trillas Edic. México.</p> <p>Anaya, T. J.J. (2011). Logística integral: la operativa de la empresa: España: ESIC.</p> <p>Antún, C.J.P. (2004). Logística internacional. México: UNAM.</p> <p>Bancomext Proméxico (2009) Guía básica del exportador. México Bancomext, edición. México, Ed. ECAFSA,</p> <p>Ediciones Fiscales ISEF (2015) Compendio de Comercio Exterior .Iberoamérica,</p> <p>Krugman, Paul R. y Maurice Obstfeld, (2013) Economía internacional: teoría y política, Edit. McGraw Hill.</p> <p>Daniels John, Radebaugh, Lee H., Addison Wesley Logman. Negocios internacionales.</p>	<p>Mercado, Comercio Internacional.. Limusa</p> <p>Rody, Raymond Clarence., International business negotiations: strategies, tactics and practices, Oceanprises Publication, Orange, CA, 2002.</p> <p>Philip R., Cateom. John. Grinham. Mercadotecnia Internacional. McgrawHill</p>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

<p>Lerma Kirchner, Alejandro Eugenio,(2010) Guía fácil para el desarrollo de nuevos productos. Lerma Kirchner, Alejandro Eugenio, (2010) Inteligencia comercial, 1ª edición, México, grupo Editorial Morales Troncoso, Carlos. Manual de Exportación, Elabore Usted Mismo su Plan de Negocios 2007 (1ª Edición) Editorial: Tax Editores. México Schnarch Kirberg, Alejandro. Desarrollo de Nuevos Productos, Cómo Crear y Lanzar con Éxito Nuevos Productos y Servicios al Mercado 2005 (4ª Edición) Editorial: McGraw Hill. México.</p>	
Hemerográficas:	
Comercio internacional Archives - Revista Fortuna Revista. Revista Aduanas CAAAREM Eje de Comercio Exterior Aduanas Mexico Revista Online de Aduana – Comercio Revista Mexicana de Comercio Exterior Estrategia Aduanera	
Ligas de Internet:	
<p>http://www.crecenegocios.com/estructura-del-plan-de-negocios/ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/gonzalez_t_ps/capitulo3.pdf Guerrero, Manuel, “Plan de Negocios” http://www.gestiopolis.com/canales/emprendedora/articulos/28/eldepn.htm Borrego Daniel, “Componentes básicos para elaborar un plan de negocios, http://www.herramientasparapymes.com/componentes-basicos-para-elaborarun-plan-de-negocios Instituto Politécnico Nacional, “Guía de Plan de Negocios” http://www.updce.ipn.mx/ae/guiasem/plandenegocios.pdf</p>	
Bases de Datos:	
<p>OMC Recursos - Información sobre comercio internacional ... https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/statis_s.htm OMC Bases de datos y publicaciones https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/data_pub_s.htm C.S.C.- Base de datos de Comercio Exterior - Cámara de ... Estadísticas de comercio exterior - ProMéxico https://promexico.gob.mx/es/mx/estadisticas-comercio-exterior</p>	