

ASIGNATURA DE ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

| | |
|---|--|
| 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 | 12 | 7 | 19 |
| III. | Proyección y selección de mercados internacionales | 10 | 4 | 14 |
| Totales | | 29 | 16 | 45 |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

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 | Interpretar 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, 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 Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

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. <p>Propuesta de oportunidades comerciales a partir de identificar lugares, zonas y condiciones geográficas.</p> | <p>1. Comprender los conceptos de Geografía humana y física que intervienen en las relaciones comerciales.</p> <p>2. Relacionar características de la geografía humana y física</p> <p>3. Analizar oportunidades comerciales a partir de las características de la geografía humana y física.</p> | <p>Ensayo</p> <p>Lista de cotejo</p> |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |


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 Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

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 políticas internacionales, que permitan determinar e identificar las características óptimas para incursionar en los mercados. |

| Temas | Saber | Saber hacer | Ser |
|--|---|---|--|
| Condiciones y situación sociopolítica de América | Identificar los elementos principales de los sistemas: <ul style="list-style-type: none">- Social- Económico- Político considerando principalmente los siguientes países: <ul style="list-style-type: none">- México- Canadá- Estados Unidos- Brasil- Chile | Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países de América considerando los sistemas: <ul style="list-style-type: none">- Social- Económico- Político | Analítico Metódico Responsable Deductivo Trabajo en equipo Liderazgo Empatía |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

| 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 - Corea del Sur - Arabia Saudita -Israel | 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 |
| Condiciones y situación sociopolítica de África | Describir los elementos principales de los sistemas: - Social - Económico - Político considerando principalmente los siguientes países: - Sudáfrica - Egipto | Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países de África, considerando los sistemas: - Social - Económico - Político | Analítico Metódico Responsable Deductivo Trabajo en equipo Liderazgo Empatía |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |


| Temas | Saber | Saber hacer | Ser |
|--|--|--|---|
| 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</p> <p>Metódico</p> <p>Responsable</p> <p>Deductivo</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Liderazgo</p> <p>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</p> <p>Metódico</p> <p>Responsable</p> <p>Deductivo</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Liderazgo</p> <p>Empatía</p> |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

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 Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |


ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

| Métodos y técnicas de enseñanza | Medios y materiales didácticos |
|---|--|
| Práctica demostrativa Análisis de casos Equipos colaborativos | Internet Equipo multimedia Medios impresos Insumos Invernadero Laboratorio Microscopio estereoscópico Cristalería Cámara fotográfica Lupa |

ESPACIO FORMATIVO

| Aula | Laboratorio / Taller | Empresa |
|------|----------------------|---------|
| X | | |

| | | | | |
|----------|---|----------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

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 e Inestabilidad política | Describir la situación del sistema político del país con el que se pretende a establecer la relación comercial | Elaborar una propuesta acorde a la estabilidad política del país con el que se pretende establecer la relación comercial. | Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo |
| Facilidades de inversión | Explicar la situación económica del país con el que se pretende establecer la relación comercial. | Elaborar una propuesta comercial acorde a las condiciones económicas del país con el que se pretende establecer la relación. | Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo |
| Condiciones laborales | Describir las condiciones laborales y de competitividad del país con el que se pretende establecer la relación comercial | Elaborar una propuesta comercial de acuerdo a términos de condiciones laborales y mano de obra del país con el que se pretende establecer la relación. | Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

| Temas | Saber | Saber hacer | Ser |
|----------------------------|--|--|---|
| Características culturales | Describir los aspectos de religión, costumbres, tradiciones, lenguaje, valores y actitudes, educación, cultura laboral del país. | Presentar una propuesta comercial acorde a la cultura general del país a establecer la relación comercial. | Analítico Metódico Responsable Proactivo Deductivo Trabajo en equipo |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

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. <p>Cuadro comparativo de los indicadores políticos, laborales, inversión y cultural tomando como base el sistema político mexicano.</p> | <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 para elaborar una propuesta comercial.4. Analizar propuestas comerciales. | <p>Proyecto</p> <p>Lista de cotejo</p> |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |


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 Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

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 Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |

ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

| Autor | Año | Título del Documento | Ciudad | País | Editorial |
|---|------------|---|------------------|-------------|----------------------|
| Reyes Díaz-Leal, E. | (2005) | <i>Comercio Exterior, una visión integral</i> | México, D.F. | México | Bufete internacional |
| Jeanette S., Martin y Lillian H. | (2012) | <i>Protocolo Comercial</i> | México, D.F. | México | Grupo Patria |
| Secretaría de Economía | (2018) | <i>Subsecretaría de Comercio Exterior</i> www.economia.gob.mx | México, D.F. | México | S. E. |
| Rosa Estela Quiñones Navarro | (2012) | <i>Mercadotecnia Internacional</i> | Ciudad de México | México | Red Tercer milenio |
| Agustín Cue Mancera | (2015) | <i>Negocios Internacionales en un Mundo Globalizado</i> | Ciudad de México | México | Patria |
| Néstor Vergara Cortina | (2012) | <i>Marketing y comercialización Internacional</i> | Bogotá | Colombia | ECOE Ediciones |
| Lombana J. Rozas S, Corredor C. Silva H. Castellanos A. Gonzalez J. | (2016) | <i>Negocios Internacionales Fundamentos y Estrategias</i> | Barranquilla | Colombia | ECOE Ediciones |
| Minervine N. | (2015) | <i>Ingeniería de la exportación</i> | Madrid | España | Fundación confemetal |
| Sánchez Luis | (2012) | <i>Geografía Humana conceptos básicos y aplicaciones</i> | Bogotá | Colombia | Unidades |

| | | | | |
|-----------------|---|-----------------------------------|---------------------|---|
| ELABORÓ: | Comité de Directores de la Ingeniería en Logística Comercial Global | REVISÓ: | Dirección Académica |  |
| APROBÓ: | C. G. U. T. y P. | FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: | Septiembre de 2020 | |