

1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura:	Negocios internacionales.
Carrera:	Ingeniería en Gestión Empresarial.
Clave de la asignatura:	ICD-1704
(Créditos) SATCA ¹ :	2-3-5

2.- PRESENTACIÓN

Caracterización de la asignatura.

El contenido de la presente asignatura contribuye de forma decisiva a fortalecer el perfil profesional del egresado de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial (IGE) especialidad en logística internacional en el área de negocios internacionales, permitiendo que el estudiante integre los conocimientos adquiridos dentro del plan académico de la carrera para poder planear, desarrollar, fortalecer, innovar, implementar y gestionar mediante el análisis e interpretación de la organización desde un punto de vista sistémico, considerando el diseño e implementación de estrategias de mercadotecnia internacional, para establecer programas y procesos de calidad desarrollando un liderazgo efectivo tomando en cuenta todos los aspectos legales que inciden en la realización de los negocios internacionales, detectando oportunidades dentro de los mercados globales que incidan directamente en la rentabilidad de las empresas.

Intención didáctica.

La primera unidad denominada introducción a los mercados internacionales destaca la necesidad de conocer los mercados internacionales, las tendencias y los tratados comerciales que los enmarcan. La unidad 2 llamada selección de mercados, se refiere a analizar las barreras comerciales que influyen en las decisiones de exportar hacia un país específico. En la unidad 3 se adquieren los conocimientos para elaborar el plan de negocios con la mezcla de mercadotecnia internacional para accionar la entrada a estos mercados. Por último la unidad 4 se encargará de la aplicación de un análisis estratégico empresarial, los aspectos financieros y diversos apoyos para la implementación de las estrategias exportadoras de empresas globales.

¹ Sistema de asignación y transferencia de créditos académicos

3.- HISTORIA DEL PROGRAMA

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones (cambios y justificación)
<p>Instituto Tecnológico de Hermosillo, septiembre-octubre 2011</p> <p>Revisión y actualización: 29 de mayo de 2017</p>	<p>Ana Chavarín Ávila</p> <p>MCEA. Martin Arturo Gómez Vásquez. M.A. Ivonne Esmeralda Lizárraga Coronado</p>	<p>En función de necesidades del entorno para la especialidad de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de acuerdo a la investigación: Diseño de la especialidad y materias de la carrera de ingeniería en gestión empresarial, Investigación 2011. Especialidad Dirección de negocios.</p> <p>Diseño de asignatura para módulo de especialidad.</p>

4.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR

Competencias específicas	Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar habilidades básicas relacionadas con la implementación y desarrollo de negocios internacionales, todo esto mediante la aplicación de una metodología específica. 	<p>Competencias instrumentales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Conocimientos básicos de la carrera. Comunicación oral y escrita. Habilidades básicas de manejo de la computadora. Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Solución de problemas. Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidad crítica y autocrítica. Trabajo en equipo. Habilidades interpersonales. Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. Compromiso ético.

	<p>Competencias sistémicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación. • Capacidad de aprender. • Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones. • Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). • Liderazgo. • Habilidad para trabajar en forma autónoma. • Capacidad para diseñar y gestionar proyectos. • Iniciativa y espíritu emprendedor. • Preocupación por la calidad. • Búsqueda del logro.
--	---

5.- OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL CURSO (Competencia específica a desarrollar en el curso)

- El estudiante desarrollara habilidades que le permitan detectar oportunidades de negocios en el extranjero y estructurar un plan de negocios para empresas globales.

6.- COMPETENCIAS PREVIAS

- Conocimientos de cadenas de suministro.
- Conocimientos previos de gestión logística.
- Conocimientos de mercadotecnia.

7.- TEMARIO

Unidad	Temas	Subtemas
1	Introducción a los negocios internacionales.	<p>1.1 fundamentos de los negocios internacionales.</p> <p>1.1.1 Concepto de negocios internacionales.</p> <p>1.1.2 Objetivos e importancia de los negocios internacionales.</p> <p>1.1.3 Modalidades de los negocios internacionales.</p> <p>1.1.4 Influencias externas que afectan a los negocios internacionales.</p> <p>1.2 Internacionalización de las empresas.</p> <p>1.3 Proceso de Integración Económica.</p>

2	Selección de mercados.	<p>2.1 Acuerdos Comerciales.</p> <p>2.1.1 Barreras comerciales</p> <p>2.1.2 La competencia global.</p> <p>2.2 Variables según el país.</p> <p>2.2.1 Económicas.</p> <p>2.2.2 Políticas.</p> <p>2.2.3 Socioculturales y éticas.</p> <p>2.2.4 Competitividad.</p> <p>2.2.5 Tecnología.</p> <p>2.3 Formas de entrada al país.</p> <p>2.3.1 Exportación directa e indirecta.</p> <p>2.3.2 Licencias.</p> <p>2.3.3 Franquicias.</p> <p>2.3.4 Comercio electrónico.</p>
3	Mercadotecnia Internacional.	<p>3.1 Plan de mercadotecnia estratégico.</p> <p>3.2 Diseño, innovación y adaptación de productos.</p> <p>3.2.1 Estrategias de precio internacional.</p> <p>3.2.2 Estrategias de distribución y logística internacional.</p> <p>3.2.3 Protección de marcas.</p> <p>3.2.4 Normas de calidad y certificaciones.</p> <p>3.3 Promoción en el extranjero.</p> <p>3.3.1 Ferias Internacionales</p> <p>3.4 Negociación y protocolo.</p>
4	Plan de negocios de exportación.	<p>4.1 Proceso de exportación.</p> <p>4.2 Ingeniería de exportación.</p> <p>4.2.1 Análisis estratégico empresarial.</p> <p>4.2.2 Servicios financieros al exportador</p> <p>4.3 Programas de apoyo a las exportaciones.</p> <p>4.4 Tendencias de estrategias de negocios.</p> <p>4.5 Incursión de pymes al mercado global.</p> <p>4.6 Desarrollo empresarial y cultura exportadora.</p>

8.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad 1: Introducción a los negocios internacionales.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Comprenderá los conceptos básicos de los negocios internacionales y su importancia en la economía global, así como las formas que pueden utilizar las empresas para participar en los mercados internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio de un mapa conceptual aprenderá a definir los elementos que intervienen en el concepto de negocios internacionales, creando una definición propia de este. • Realizara una reflexión sobre los

	<p>objetivos que buscan las empresas al incursionar en los negocios internacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigará, para su discusión y análisis, los diferentes modos en que las empresas y gobiernos pueden realizar negocios internacionales. • Analizará la forma en que el entorno global afecta a los negocios internacionales. • Identificará las diferentes etapas por las que una empresa puede transitar en su proceso de internacionalización. • Relacionará las características propias de cada una de las fases del proceso de integración económica.
--	---

Unidad 2: Selección de mercados.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<p>Comprenderá las estrategias más adecuadas para seleccionar un mercado de destino, así como los factores que afectan el plan de exportación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar y hacer reporte acerca de los acuerdos comerciales que tiene México y cuáles son sus beneficios. • Identificará las distintas barreras al comercio que afectan una relación comercial. • Investigará las diversas barreras comerciales de un país seleccionado como estudio de caso para discutir en clase. • Investigará y relacionará las variables económicas, políticas, socioculturales que afectan la adaptación de los productos en un país seleccionado como estudio de caso para discutir en clase. • Investigará la forma más conveniente de entrada de un producto a un país seleccionado como estudio de caso y elaborará presentación audiovisual ante el grupo.

Unidad 3: Mercadotecnia internacional.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<p>Comprenderá los pasos del proceso de mercadotecnia internacional e identificara las estrategias convenientes para las empresas globales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acordara con un equipo de trabajo y por medio de una lluvia de ideas la selección, creación, innovación de algún producto o servicio para comercializar en un país extranjero. • Diseñara las estrategias, en equipo de trabajo de precio, distribución y promoción en un mercado extranjero. • Realizara en equipo de trabajo una feria comercial extra clase mostrando un producto creado por el equipo mostrando las estrategias de mercadotecnia seleccionadas, explicando y dando muestras al público. • Investigará y elaborara reporte acerca de los requisitos para registrar y proteger una marca en los mercados local y extranjeros. • Investigar y relacionar las normas técnicas y de calidad que afectan a los productos en el mercado local y extranjero. • Investigar las normas de negociación y protocolo de negocios con clientes extranjeros de un país seleccionado como estudio de caso haciendo comparación con la cultura de negocios de México, y compartir sus puntos de vista con el grupo de clase.

Unidad 4: Plan de negocios de exportación.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<p>Desarrollará un plan de negocios de exportación para un mercado de destino específico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un diagrama de flujo del despacho aduanero de exportación. • Elaborar reporte del papel que juegan los actores que intervienen en el proceso de exportación. • Elaborar una lista de los requerimientos organizacionales de las empresas para poder exportar.

	<ul style="list-style-type: none">• Realizar una investigación de los distintos tipos de servicios financieros para las empresas exportadoras y comentara las ventajas y desventajas en la clase.• Investigar los distintos tipos de apoyo del gobierno para la promoción de las exportaciones y realizar una presentación ante el grupo.• Organizar y participar en un debate acerca de las tendencias de las empresas globales mexicanas y la cultura exportadora con un estudio de caso específico y elaborar reporte de conclusiones.
--	---

9.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS (Desarrollo de competencias genéricas).

- Propiciar actividades para autorregular el propio aprendizaje, es decir planificar qué estrategias se han de utilizar en cada situación, aplicarlas, controlar el proceso, evaluarlo para detectar posibles fallos, y como consecuencia, transferir todo ello a una nueva actuación.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes.
- Propiciar el uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de la asignatura.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de ideas, la reflexión, la integración y la colaboración de y entre los estudiantes. Ejemplo: al socializar los resultados de las investigaciones y las experiencias prácticas solicitadas como trabajo a una organización local.
- Propiciar el desarrollo de actividades intelectuales de inducción-deducción y análisis-síntesis, que encaminen hacia la investigación.
- Llevar a cabo actividades teórico-prácticas que promuevan el desarrollo de habilidades para la experimentación, tales como: identificación, manejo y control de variables y datos relevantes, planteamiento de hipótesis, de trabajo en equipo, entre otras.
- Desarrollar actividades de aprendizaje que propicien la aplicación de los conceptos, modelos y metodologías que se van aprendiendo en el desarrollo de las asignaturas. Ejemplo: diseñar e investigar modelos de reportes de información internos y externos.
- Proponer problemas que permitan al estudiante la integración de contenidos de la asignatura y entre distintas asignaturas para su análisis y

solución, y desarrollar una visión interdisciplinaria en el estudiante.

- Propiciar el desarrollo de capacidades intelectuales relacionadas con la lectura, la escritura y la expresión oral. Ejemplos: trabajar las actividades prácticas a través de guías escritas, redactar reportes e informes de las actividades de investigación, exponer al grupo las conclusiones obtenidas durante las observaciones.

10.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN.

La evaluación de la asignatura debe comprender la valoración diagnóstica, formativa y sumativa, haciendo especial énfasis en:

- Reportes escritos de las observaciones hechas durante las actividades, así como de las conclusiones obtenidas de dichas observaciones.
- Información obtenida durante las investigaciones solicitadas plasmada en documentos escritos.
- Exámenes escritos para comprobar el manejo de aspectos teóricos y declarativos.
- Ejercicios en clase y extra clase donde se pueda evidenciar su nivel de aprendizaje.
- Ejercicios grupales donde trabaje en equipo realizando retroalimentaciones y obteniendo conclusiones que le permitan mejorar la comprensión de los conceptos.
- Realización de prácticas previamente diseñadas por el profesor.
- Presentaciones de las propuestas de solución de los problemas prácticos de equipos de trabajo.
- Reportes de visitas industriales realizadas durante el curso.

11.- PRÁCTICAS PROPUESTAS.

1. Realizar visita industrial a una empresa global.

12.- FUENTES DE INFORMACIÓN.

1. PHILIP R. Cateora, John L. Graham (1999) Marketing Internacional, segunda edición en español, México, Editorial McGraw-Hill.
2. CZINKOTA Michael R., Ronkainen Ilkka A. (1996) Marketing Internacional, séptima edición en español, México, Editorial Thomson.
3. W.L.HILL Charles, (2007) Negocios internacionales, sexta edición en español, México, Editorial McGraw-Hill.
4. RAYPORT Jeffrey F., Jaworski Bernard J., (2003) e-Commerce, primera edición en español, México, Editorial McGraw-Hill.
5. GITMAN Lawrence J, McDaniel Carl, (1994) El mundo de los negocios, Editorial Harla.
6. HOLLENSSEN Sven, Arteaga Ortiz Jesús, (2010) Estrategias de marketing internacional, Editorial Pearson.
7. Berumen Sergio A., Arriaza Ibarra Karen, (2004) Negocios internacionales en un mundo globalizado, Editorial CECSA
8. DANIELS John, D., Radebaugh Lee H., Sullivan Daniel P., (2004) Negocios internacionales, ambientes y operaciones. Editorial Pearson, Prentice Hall.

Portales electrónicos de búsqueda sugeridos:

<http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/>

http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_cpyme_programas_complex

<http://www.1economiasonora.gob.mx/>