# 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** |

# 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<br>Metódico<br>Responsable<br>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<br>Metódico<br>Responsable<br>Deductivo |

# ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

*PROCESO DE EVALUACIÓN*

| Resultado de aprendizaje | Secuencia de aprendizaje | Instrumentos y tipos de reactivos |
|---|---|---|
| Elaborará a partir de un caso un reporte que integre:<br><br>• mapa conceptual de la geografía humana.<br>• Propuesta de oportunidades comerciales a partir de identificar lugares, zonas y condiciones geográficas. | 1. Comprender los conceptos de Geografía humana y física que intervienen en las relaciones comerciales.<br><br>2. Relacionar características de la geografía humana y física<br><br>3. Analizar oportunidades comerciales a partir de las características de la geografía humana y física. | Ensayo<br>Lista de cotejo |

# ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

*PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE*

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

*ESPACIO FORMATIVO*

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

# 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:<br>- Social<br>- Económico<br>- Político<br>considerando principalmente los siguientes países:<br>- México<br>- Canadá<br>- Estados Unidos<br>- Brasil<br>- Argentina<br>- Chile | Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países de América considerando los sistemas:<br>- Social<br>- Económico<br>- Político | Analítico<br>Metódico<br>Responsable<br>Deductivo<br>Trabajo en equipo<br>Liderazgo<br>Empatía |

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

| Temas | Saber | Saber hacer | Ser |
|---|---|---|---|
| Condiciones y situación sociopolítica de África | Describir los elementos principales de los sistemas:<br>- Social<br>- Económico<br>- Político<br>considerando principalmente los siguientes países:<br>- Sudáfrica<br>- Marruecos<br>- Nigeria<br>- Angola<br>- Egipto<br>- Argelia | Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países de Africa, considerando los sistemas:<br>- Social<br>- Económico<br>- Político | Analítico<br>Metódico<br>Responsable<br>Deductivo<br>Trabajo en equipo<br>Liderazgo<br>Empatía |
| Condiciones y situación sociopolítica de Oceanía | Describir los elementos principales de los sistemas:<br>- Social<br>- Económico<br>- Político<br>Considerando principalmente los siguientes países:<br>- Australia<br>- Nueva Zelanda | Seleccionar oportunidades de nuevos mercados con los principales países Oceanía, considerando los sistemas:<br>- Social<br>- Económico<br>- Político | Analítico<br>Metódico<br>Responsable<br>Deductivo<br>Trabajo en equipo<br>Liderazgo<br>Empatía |
| Mercados potencialmente comerciables | Identificar las características de los mercados más apropiados para la inversión | Seleccionar los mercados más apropiados para la inversión, de acuerdo a un caso dado | Analítico<br>Metódico<br>Responsable<br>Deductivo<br>Trabajo en equipo<br>Liderazgo<br>Empatía |

# 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. | 1. Identificar las condiciones sociales, económicas y políticas de: América, Asia, Europa, África y Oceanía.<br><br>2. Analizar la información sociopolítica y económica de las diferentes regiones del mundo.<br><br>3. Seleccionar posibles oportunidades comerciales. | Proyecto<br>Lista de cotejo |

# ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

*PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE*

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

*ESPACIO FORMATIVO*

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

# 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<br>Metódico<br>Responsable<br>Proactivo<br>Deductivo<br>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<br>Metódico<br>Responsable<br>Proactivo<br>Deductivo<br>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<br>Metódico<br>Responsable<br>Proactivo<br>Deductivo<br>Trabajo en equipo |

| 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<br>Metódico<br>Responsable<br>Proactivo<br>Deductivo<br>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<br>Metódico<br>Responsable<br>Proactivo<br>Deductivo<br>Trabajo en equipo |

# ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

*PROCESO DE EVALUACIÓN*

| Resultado de aprendizaje | Secuencia de aprendizaje | Instrumentos y tipos de reactivos |
|---|---|---|
| Elaborará una propuesta de intercambio comercial en la que incluya:<br><br>• Análisis de las condiciones políticas, laborales y culturales.<br><br>• Cuadro comparativo tomando como base el sistema político mexicano de acuerdo a las tipologías de Huntington, David Apter y Duverger | 1. Comprender los conceptos de: estabilidad política, facilidades de inversión, condiciones laborales, características culturales y tipologías del sistema.<br><br>2. Identificar los elementos y características de una propuesta comercial.<br><br>3. Relacionar los conceptos de: estabilidad política, facilidades de inversión, Condiciones laborales, Características culturales y tipologías del sistema para elaborar una propuesta comercial.<br><br>4. Analizar propuestas comerciales. | Proyecto<br>Lista de cotejo |

# ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

*PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE*

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

*ESPACIO FORMATIVO*

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

# 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 | Integra un documento con la siguiente información sobre la empresa:<br><br>- Capacidad técnica y tecnológica<br>- Capacidad de producción y productividad<br>- Capacidad Financiera<br>- Tamaño y nivel de competencia<br>- Experiencia en mercados nacionales e internacionales<br>- Capacidad y actitud del gerenciamiento<br>- Sistemas administrativos<br>- 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 | Integra un informe que contenga la siguiente información:<br><br>- 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)<br>- Segmentación del mercado<br>- Determinación de la muestra<br>- Diseño de instrumentos de recopilación de información<br>- Diseño del tipo de muestreo<br>- Análisis e interpretación de resultados<br>- Planeación estratégica de penetración de mercados |

# ENTORNO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

*FUENTES BIBLIOGRÁFICAS*


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