



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA
CLAVE: 08MSU0017H

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
CLAVE: 08USU4054V

TALLER DE NEGOCIACION INTERNACIONAL

DES: Económico Administrativa

Programa(s) Educativo(s): Todos

Tipo de materia:

Clave de la materia: P8040

Semestre:

Área en plan de estudios:

Créditos: 5

Total de horas por semana: 3

- Teoría:
- Laboratorio:
- Trabajo extra clase:

Total de horas semestre:

Fecha de actualización:

Clave y Materia requisito:

Fundamentación:

En la actualidad, las organizaciones demandan egresados con competencias intelectuales y emocionales para integrar la administración, por lo tanto este programa analítico se fundamenta en el proceso de investigación, de análisis y en los resultados obtenidos del Rediseño Curricular (ver documento integral del Rediseño Curricular) y en el Modelo Educativo Basado en Competencias básicas, profesionales y específicas, a través del cual el egresado podrá incorporarse al mercado laboral con mayor facilidad y así contribuir de forma eficiente a las necesidades de los distintos sectores de la sociedad.

Perfil Académico:

Título de licenciatura el área de administración, psicología o ciencias sociales. Título de maestría deseable. Certificación profesional y/o docente deseable. 3 años de experiencia profesional en el área de administración o área afín a la materia.

Objetivo del Curso:

El alumno desarrollará habilidades de comercio exterior a través de la elaboración de un plan de negocios para la exportación de productos y servicios que permita plantear posibilidades de negocios en el mercado exterior.

COMPETENCIAS	CONTENIDO	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
COMPETENCIA BÁSICA: – Trabajo en equipo y liderazgo – Emprendedor	Objeto de estudio 1. Aspectos generales de un plan de negocios internacional Objeto de estudio 2. Análisis del mercado internacional	Describe los elementos que contiene un plan de negocios internacionales y explica sus aspectos generales. Describe y analiza los aspectos del mercado internacional que favorecen el inicio de un plan de negocios internacional.

<p>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mercadotecnia – Negocios Internacionales <p>COMPETENCIAS PROFESIONALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Gestión empresarial – Manejo del entorno de la organización 	<p>Objeto de estudio 3. Análisis del producto</p> <p>Objeto de estudio 4. Estudio producto – mercado</p> <p>Objeto de estudio 5. Aspectos legales de los negocios internacionales</p> <p>Objeto de estudio 6. Desarrollo de la propuesta de mercadotecnia</p> <p>Objeto de estudio 7. Desarrollo de la propuesta de operaciones</p> <p>Objeto de estudio 8. Desarrollo de la propuesta financiera</p> <p>Objeto de estudio 9. Análisis de riesgos críticos</p> <p>Objeto de estudio 10. Integración del plan de negocios internacionales y su presentación ejecutiva</p>	<p>Describe y analiza los pros y los contras de producto susceptible a ser incluido en un plan de comercialización a nivel internacional.</p> <p>Determina los pros y los contras del mercado meta en función al producto o productos susceptibles a ser comercializados a nivel internacional.</p> <p>Mediante un ejemplo, describe y analiza los aspectos legales que se deben de considerar en un plan de negocios internacionales.</p> <p>Mediante un ejemplo, desarrolla una propuesta de plan de mercadotecnia para el producto a comercializar.</p> <p>Mediante un ejemplo, elabora la propuesta de logística para el producto a comercializar.</p> <p>Mediante un ejemplo, desarrolla la propuesta del manejo financiero para el producto a comercializar.</p> <p>Mediante un ejemplo, realiza un análisis de riesgos críticos para el producto a comercializar.</p> <p>Integra un plan de negocios internacionales por medio de un software y realiza una presentación del Plan de negocios a nivel ejecutivo.</p>
--	--	---

FUENTES DE INFORMACIÓN	EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE
<p>BÁSICA:</p> <p>COMPLEMENTARIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CASTELLANOS Gaytán, Carmen. Iníciense en la exportación. Colección El Empresario de El Economista, México, 2008. [s.p.] 2. KOTTLER Philip, Armstrong Gary, Principles of marketing, octava edición, Estados Unidos, Prentice Hall, 1999, 613 pp. 3. LERMA Kirchner, Alejandro Eugenio, Guía fácil para el desarrollo de nuevos productos, tercera edición. México, Ed. ECAFSA, 2000, 158 pp. 4. LERMA Kirchner, Alejandro Eugenio, Inteligencia comercial , 1ª edición, México, grupo Editorial Iberoamérica, 1997, 5. STANTON William J. Etzel Michael J., Bruce J. Walker. Fundamentos de marketing, 11a edición, México D.F., Mc Graw Hill, octubre 1999, 719 pp. 	<p>Metodología y estrategias didácticas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tareas. 2. Exposiciones. 3. Lecturas. 4. Investigación documental. 5. Análisis de casos. <p>Evidencias de aprendizaje:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tres evaluaciones parciales 2. Una evaluación final 3. Tareas y ejercicios 4. Portafolio de evidencias
<p>Elaborado por:</p> <p>Dra. Verónica Prieto Mendoza M.A. Edgar Carrasco M.M. María Gabriela Bravo Contreras</p>	<p>Actualización:</p>

OBJETO DE APRENDIZAJE	METODOLOGIA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)subtemas)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE
-----------------------	--	---------------------------

<p>1. Aspectos generales de un plan de negocios internacional</p>	<p>1. Uso de la bibliografía para definir el concepto de Negociación, bases y estructuras de la misma.</p> <p>2. Realizar búsqueda de información alterna que propicie análisis y reflexión</p> <p>3. Conocer y analizar culturas y costumbres</p> <p>4. Exposiciones en equipo, dinámicas</p> <p>5. Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad</p>	<p>1. Elaboración de Resumen.</p> <p>2. Examen (reforzar lo visto)</p>
--	---	---

<p>2. Análisis del mercado internacional</p>	<p>1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas. 2. Investigación de Mercados Internacionales 3. Características y Segmentos de Mercado 4. Análisis de la Oferta 5. Exposiciones en equipo, dinámicas 6 Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad</p>	<p>1. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)</p>
<p>3. Análisis del Producto</p>	<p>1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas 2. Análisis de Productos exitosos en el mercado 3. Exposiciones en equipo, dinámicas 4. Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad</p>	<p>1. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)</p>
<p>4. Estudio Producto-Mercado</p>	<p>1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas 2. Ejemplos prácticos de mercado 3. Toma de decisiones empresariales por medio de ejemplos 4. Exposiciones en equipo, dinámicas 5. Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad</p>	<p>1. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)</p>
<p>5. Aspectos legales de los negocios internacionales</p>	<p>1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas 2. Conocer y analizar las diferentes Organizaciones que rigen al comercio</p>	<p>1. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Conocer los beneficios de conocer los aspectos legales 4. Exposiciones en equipo, dinámicas 5. Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad 	
6. Desarrollo de Propuesta de mercadotecnia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas 2. Conocer la diferencia de mercadotecnia y Publicidad 3. Aplicar estrategias de mercadotecnia 4. Exposiciones en equipo, dinámicas 5. Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)
7. Desarrollo de la propuesta de operaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas 2. Identificar y analizar el sistema. 3. Implementar y evaluar recomendaciones 4. Exposiciones en equipo, dinámicas 5. Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)
8. Desarrollo de la Propuesta Financiera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas 2. Por medio de ejemplos ver la situación actual de alguna empresa. 3. Generación de alternativas, por medio de gráficos y estructuras. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Exposiciones en equipo, dinámicas 5. Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad 	
9. Análisis de riesgos críticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas 2. Por medio de ejemplos y análisis reconocer los factores críticos externos e internos. (debate) 3. Presentar soluciones para esto. (debate) 4. Exposiciones en equipo, dinámicas 5. Análisis de países que tengan tratado con México y sus áreas de oportunidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)
10. Integración del plan de negocios internacionales y su presentación ejecutiva	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de la bibliografía y de las herramientas tecnológicas 2. Uso del power point para hacer presentación de investigación y propuesta. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Práctica en Excel. Elaboración de Resumen. 2. Examen (reforzar lo visto)

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios e instrumentos)
---	---

