

IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Unidad académica: Facultad de Contaduría, Administración e Informática, Escuela de Estudios Superiores de Jojutla y Escuela de Estudios Superiores de Atlatlahucan.							
Plan de estudios: Licenciatura en Administración.							
Unidad de aprendizaje: Comercio Internacional.				Ciclo de formación: Profesional. Eje general de la formación: Teórico-técnica. Área de conocimiento: Mercadotecnia- Negocios. Semestre: Séptimo.			
Elaborada por: Lic. Raúl Fernando Rivera López.				Fecha de elaboración: octubre 2021.			
Clave:	Horas teóricas:	Horas prácticas:	Horas totales:	Créditos:	Tipo de unidad de aprendizaje:	Carácter de la unidad de aprendizaje:	Modalidad:
CI43CP030208	3	2	5	8	Obligatoria	Teórico - Práctica	Presencial
Plan (es) de estudio en los que se imparte: Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría, Administración e Informática, la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla y la Escuela de Estudios Superiores de Atlatlahucan.							

ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Presentación: El panorama de protección y competencia, en el que ya se encuentra México obliga a una preparación para enfrentar de manera eficiente la apertura en que se deberá de competir. Las empresas de cualquier tamaño requieren de un apoyo profesional para resistir la llegada de productos extranjeros, los profesionistas de áreas socio administrativas deben contar con los conocimientos básicos de comercio internacional y con conocimientos de exportador que contribuyan a colocar buenos productos en el extranjero, teniendo como prioridad maximizar la calidad de lo que se fabrica en el país y mantener una oferta exportable.
Propósito: Comprende el contexto en el que se desarrollan el comercio internacional, las características básicas de las transacciones comerciales entre países y sus efectos, así como el rol dinámico que desempeña dentro de la economía, mediante la investigación, el análisis, la resolución de estudio de casos, para que determinen qué organismos y tratados intervienen en el proceso de comercialización e identifiquen riesgos y conflictos, con respeto al estado de derecho.
Competencias que contribuyen al perfil de egreso:
Competencias genéricas:
CG2 Capacidad para el pensamiento crítico y reflexivo CG6 Capacidad para la investigación

CG11 Habilidades para buscar, procesar y analizar información
CG12 Habilidad para el trabajo en forma colaborativa

Competencias específicas:

CE7. Diseña, implementa y evalúa procesos de comercialización a través del análisis de técnicas y modelos de mercado para que se identifiquen a los tipos de clientes y/o demandantes de servicios que interactúan con la organización.

CE8. Identifica y evalúa la viabilidad de oportunidades de negocios, productos y/o prestación de servicios mediante modelos de análisis para su aprovechamiento.

CE9. Analiza, diseña e implementa modelos y procesos de negocio a través del uso de herramientas empresariales para orientarlos hacia la competitividad.

CONTENIDOS

Bloques:	Temas:
Bloque 1. Fundamentos del comercio internacional.	1.1 Definición y antecedentes del comercio internacional 1.2 Principios teóricos que promueven el comercio internacional 1.3 Política comercial internacional 1.3.1 Estrategias proteccionistas 1.3.2 Estrategias de libre comercio
Bloque 2. Entorno socioeconómico mundial y tendencias y oportunidades para México.	2.1 Entorno económico internacional 2.2 Tratados comerciales que tiene México con otros países 2.2.1 Tratado de libre comercio Estados Unidos-Canadá-México (T-MEC) 2.2.2 Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) 2.2.3 Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM) 2.2.4 Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica
Bloque 3. Imagen diseño e identidad corporativa para el comercio exterior.	3.1 Qué es una marca y logotipo en el Comercio Internacional y la importancia de su protección. 3.2 Identidad corporativa de la empresa exportadora. 3.3 El IMPI 3.4 La importancia de la imagen del producto en su envase y etiquetado 3.5 Posicionamiento de la marca en medios digitales 3.6 Comercio digital 3.7 El marketing digital como herramienta para el éxito del comercio del comercio internacional. 3.8 Desafíos actuales del comercio digital internacional

Bloque 4. Contratos internacionales: uso y utilidad de los incoterms.	4.1 Formas de pago y cartas de crédito 4.2 Regulaciones arancelarias y no arancelarias 4.3 Clasificación arancelaria 4.4 Factoraje financiero internacional 4.5 Trade Map - Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. 4.6 Definición y clasificación de los INCOTERMS
Bloque 5. Medios de solución de conflictos en las relaciones comerciales.	5.1 La Negociación. 5.2 La Mediación. 5.3 La Conciliación. 5.4 El Arbitraje comercial.

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	()	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(X)	Análisis de textos	(X)
Trabajo colaborativo	()	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	()
Ensayo	()	Taller	()
Mapas conceptuales	()	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	(X)	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	()	Reporte de lectura	()
Trípticos	()	Exposición oral	(X)
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(X)	Experimentación (prácticas)	()
Debate o Panel	()	Trabajos de investigación documental	()
Lectura comentada	()	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	()

Estudio de Casos	(X)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	()
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	()	Método de proyectos	(X)
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	()	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	()
Archivo	()	Portafolio de evidencias	()
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(X)	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Investigación	30 %
Exposición oral individual y/o en equipo	30 %
Proyecto final	40 %
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESORADO

Licenciatura, Maestría o Doctorado en Administración, Mercadotecnia, Comercio Internacional o área afín.

REFERENCIAS

Básicas:

- Huesca, R. (2019). Comercio Internacional. Red Tercer Milenio. <http://bitly.ws/i4hW>
 Martínez, J. y Rojas, F. (2017). Comercio Digital Internacional. Parinfo. <http://bitly.ws/i4ic>
 León, ed. al. (2018). Comercio internacional: Machala. Universidad Técnica de Machala. <http://bitly.ws/i4iT>
 Soler, D. (2020). Guía Práctica de las reglas Incoterms. <http://bitly.ws/i4iW>
 Peña, C. (2016). Negociación para el Comercio Internacional. Marge books. <http://bitly.ws/i4jh>
 Vera, M. (2016). Medios de Pago en el Comercio Internacional. <http://bitly.ws/i4jr>



Plan de estudios de la
Licenciatura en
Administración



Web:

González, E., Cornejo, G. y Vázquez M. (2003). Análisis de los modelos para la internacionalización de las empresas en México. Mercados y negocios (2594-0163 línea,1665-7039 impreso). Núm. 8 (4) julio-diciembre 2003.

Pacheco, C. y Urzúa, J. (2003). Instrumentos financieros del mercado de derivados que se manejan en México. Mercados y Negocios (2594-0163 línea,1665-7039 impreso): Núm. 8 (4): julio-diciembre 2003.

Cantos, M. (1999). Introducción al comercio internacional. <http://bitly.ws/i4mF>

Otras:

Internacional Trade Map. <https://www.trademap.org/>

Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2018 (SCIAN 2018)
<https://www.inegi.org.mx/app/scian/>