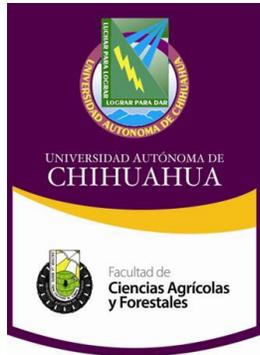


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA**



UNIDAD ACADÉMICA:
FACULTAD DE CIENCIAS
AGRICOLAS Y FORESTALES

PROGRAMA DEL CURSO:
COMERCIO INTERNACIONAL

DES:	AGROPECUARIA
Programa(s) Educativo(s):	MAESTRIA EN AGRONEGOCIOS
Tipo de materia (Obli/Opta):	Optativa
Clave de la materia:	MPAG570
Semestre:	tercero
Área en plan de estudios (B, P, E):	Específica
Créditos:	
Total de horas por semana:	4
<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	4
<i>Laboratorio o Taller:</i>	
<i>Prácticas:</i>	
<i>Trabajo extra-clase:</i>	2
Créditos Totales:	6
Total de horas semestre (4 x 16 sem):	64
Fecha de actualización:	JUNIO 2016
Prerrequisito (s):	MERCADOTECNIA
ELABORADO POR:	M.C. FRANCISCO MÁRQUEZ SALCIDO M.A. JERONIMA ANTONIETA PÉREZ

Fundamentación Pedagógica:

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente a sí misma y que no necesite del apoyo de los demás países, aun las naciones más desarrolladas requieren recursos de los cuales carecen y que mediante negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otros aspectos. La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado un profundo significado para el desarrollo integral de diferentes naciones, ya que no se puede hablar sólo del intercambio de bienes sino de programas de integración, en los que se plantean transacciones económicas internacionales. El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, es por ello que el analizar los fundamentos del comercio internacional y la aplicación de casos prácticos y reales en este curso, llevara a una mejor comprensión de los acontecimientos internacionales que están sucediendo en nuestro contexto en materia comercial agropecuaria que impactan en nuestro entorno, así como a analizar e identificar las oportunidades de negocio en el exterior y a ejecutar la mejor estrategia para cada caso.

Propósito del curso :

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de definir, gestionar e implementar estrategias de marketing e internacionalización de una empresa en todas sus etapas. Analizar los diferentes instrumentos que se utilizan en las transacciones comerciales internacionales e identificar las herramientas necesarias para mejorar sus habilidades de negociación. Se adoptará una óptica de gestión de las operaciones internacionales, estudiando aspectos relacionados con la financiación de las operaciones, contratación internacional, transporte de mercancía y aseguramiento de exportaciones, entre otros.

Objetivos:

- 1.- Desarrollar en el estudiante su capacidad crítica y analítica con respecto al análisis de hechos relevantes en el comercio internacional y su impacto en los negocios agropecuarios.
2. Identificar los problemas a los que se enfrentan los agronegocios internacionales y estudiar las bases conceptuales del comercio internacional que fortalezcan la capacidad de análisis en el uso de diversas acciones estratégicas que se utilizan en el ámbito del comercio internacional.
3. Conocer los distintos aspectos de la operatividad comercial internacional (contratos, fiscalidad, Incoterms, documentación).

COMPETENCIAS	DOMINIOS COGNITIVOS (Objetos de aprendizaje, temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>Competencias Básicas: COMUNICACIÓN. ✓ Dominio: 1,3 y 6 SOCIOCULTURAL ✓ Dominio: 1 y 10 SOLUCIÓN DE PROBLEMAS ✓ Dominio: 1-7 TRABAJO EN GRUPO Y LIDERAZGO ✓ Dominio: 1 y 2 INFORMACIÓN DIGITAL ✓ Dominio: 1, 2, 3 y 5</p> <p>Competencias Genéricas: GESTION DEL CONOCIMIENTO ✓ Dominios: 1 y 3 COMUNICACIÓN CIENTÍFICA ✓ Dominio: 1, 3 y 4 INVESTIGACIÓN ✓ Dominios: 1 y 4</p> <p>Competencias Específicas: INVESTIGACION DE MERCADOS AGROPECUARIOS ✓ Dominios: 1</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 1 INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL</p> <p>1.1 La empresa ante el comercio internacional</p> <p>1.2. Estandarización de mercados</p> <p>1.3 Incidencias del entorno en el desarrollo del marketing internacional</p> <p>1.4 Investigación y selección de mercados internacionales (estrategias de negocios internacionales)</p>	<p>1.1 Analiza y explica la mercadotecnia internacional identificando el procedimiento operacional.</p> <p>1.2 Analiza y comprende el proceso de estandarización de los mercados.</p> <p>1.3 Clasifica y estructura en grado de importancia de las incidencias del entorno en el desarrollo del marketing internacional.</p> <p>1.4 Analiza e interpreta los términos de investigación. Discute y propone estrategias de selección de mercados internacionales.</p>
<p>Competencias Básicas: COMUNICACIÓN. ✓ Dominio: 1, 3 6 y 8 SOLUCIÓN DE PROBLEMAS ✓ Dominio:, 1-7 TRABAJO EN GRUPO Y LIDERAZGO ✓ Dominio: 1 y 2 INFORMACIÓN DIGITAL ✓ Dominio: 1, 2, 3 y 5</p> <p>Competencias Genéricas: INVESTIGACIÓN ✓ Dominios: 1, 3 4 5 y 7 GESTION DE PROYECTOS ✓ Dominios: 1 COMUNICACIÓN CIENTÍFICA ✓ Dominio: 1, 3 y 4</p> <p>Competencias Específicas: MARCO LEGAL DE LOS AGRONEGOCIOS ✓ Dominio: 1 y 2</p>	<p>OBJETO DE ESTUDIO 2 INSTRUMENTOS Y OPERACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR</p> <p>2.1 Financiamiento de las operaciones de comercio exterior</p> <p>2.2 Contratos, Medios de pago y cobro internacionales</p> <p>2.3 El transporte y las transacciones comerciales internacionales</p> <p>2.4 Régimen jurídico del comercio exterior</p>	<p>2.1 Conoce las fuentes financieras y comprende el proceso de financiamiento de las operaciones de comercio exterior.</p> <p>2.2 Describe y Clasifica las diferentes modalidades de contratos y medios de pago y cobro en operaciones internacionales.</p> <p>2.3 Identifica y selecciona el transporte y transacciones comerciales internacionales en una operación comercial.</p> <p>2.4 Comprende e identifica la legislación aplicable en diferentes situaciones del comercio exterior.</p>

<p>Competencias Básicas: COMUNICACIÓN. ✓ Dominio: 1, 3 6 y 8 SOLUCIÓN DE PROBLEMAS ✓ Dominio: 1-7 TRABAJO EN GRUPO Y LIDERAZGO ✓ Dominio: 1, 2 y 3 INFORMACIÓN DIGITAL ✓ Dominio: 1, 2, 3 y 5</p> <p>Competencias Genéricas: COMUNICACIÓN CIENTÍFICA ✓ Dominio: 1, 3 y 4 INVESTIGACIÓN ✓ Dominios: 1, 3 4 5 y 7</p> <p>Competencias Específicas: MARCO LEGAL DE LOS AGRONEGOCIOS ✓ Dominio: 1 y 2 INTEGRACION DE CADENAS DE VALOR AGREGADO ✓ Dominio: 1</p>	<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 3</p> <p>MARCO INSTITUCIONAL Y DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR</p> <p>3.1 Cooperación económica, Acuerdos y Tratados internacionales 3.2 Organismos de control y apoyo al comercio exterior 3.3 Sistema Mexicano de defensa contra prácticas desleales en el comercio exterior 3.4 Barreras de comercialización 3.5 Análisis competitivo y cadenas de valor</p>	<p>3.1 Analiza y explica los principales acuerdos y tratados comerciales a nivel internacional. 3.2 Identifica y relaciona los diferentes organismos de apoyo y control al comercio exterior. 3.3 selecciona y argumenta las mejores alternativas de solución a diferentes casos de análisis inmersos en prácticas desleales de comercio exterior. 3.4 identifica las diferentes barreras de comercialización 3.5 Elabora análisis de competitividad y cadenas de valor, en productos agropecuarios internacionales.</p>
<p>Competencias Básicas: COMUNICACIÓN. ✓ Dominio: 1, 3 6 y 8 EMPRENDEDOR. ✓ Dominio: 1 y 2 SOCIOCULTURAL ✓ Dominio: 7 SOLUCIÓN DE PROBLEMAS ✓ Dominio:, 1- 7 TRABAJO EN GRUPO Y LIDERAZGO ✓ Dominio: 1, 2 y 5 INFORMACIÓN DIGITAL ✓ Dominio: 1, 2, 3, 5 y 7</p> <p>Competencias Genéricas: COMUNICACIÓN CIENTÍFICA ✓ Dominios: 1,3,4 y 8 INVESTIGACIÓN ✓ Dominios: 6 y 7</p> <p>Competencias Específicas: INVESTIGACION DE MERCADOS AGROPECUARIOS ✓ Dominios: 1- 5.</p>	<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 4</p> <p>MARKETING MIX INTERNACIONAL</p> <p>4.1 Estrategias de penetración y desarrollo en mercados internacionales 4.2 El producto internacional 4.3 Bolsas Agropecuarias 4.4 Fijación de precios internacionales 4.5 Canales de distribución internacional 4.6 Publicidad Internacional. 4.7 Plan de mercado internacional</p>	<p>4.1 Identifica y explica la importancia de seleccionar estrategias de penetración y desarrollo adecuadas en el marco internacional de los agronegocios. 4.2 Identifica y selección productos con potencial de exportación 4.3 Comprende el funcionamiento y utilidad de las bolsas agropecuarias. 4.4 Analiza y explica el procedimiento de fijación de precios internacionales. 4.5 Analiza y comprende el proceso de selección de canales de distribución internacional. 4.6. Identifica las mejores opciones de publicidad internacional en productos agropecuarios 4.7 Diseña, explica y argumenta un plan de mercado internacional de producto agropecuario.</p>

OBJETO DE APRENDIZAJE	METODOLOGIA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE
<p>OBJETO DE ESTUDIO 1 INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL</p> <p>1.1 La empresa ante el comercio internacional</p> <p>1.2. Estandarización de mercados</p> <p>1.3 Incidencias del entorno en el desarrollo del marketing internacional</p> <p>1.4 Investigación y selección de mercados internacionales (estrategias de negocios internacionales)</p>	<p>Encuadre: presentación del docente y de los estudiantes, programa, reglas de grupo, diagnóstico.</p> <p>1.1 Exposición del docente.</p> <p>1.2 Lectura comentada del capítulo y Método expositivo del profesor</p> <p>1.3 Análisis de un caso integrador de manera participativa y comentarlo en plenaria para integrar las ideas más relevantes. Mediante trabajo en equipo elabora una cartografía conceptual del capítulo.</p> <p>1.4 Realiza de forma individual la lectura del capítulo. Comenta el análisis con sus compañeros de equipo y elabora una tabla comparativa con las estrategias principales.</p>	<p>1.1 Entrega un ensayo escrito donde explica la mercadotecnia internacional identificando el procedimiento operacional.</p> <p>1.2 En trabajo en equipo mediante lectura comentada explica a través de una exposición el proceso de estandarización de los mercados con participación en pizarrón.</p> <p>1.3 Entrega un resumen con las alternativas de solución al caso integrador así como el mapa cartográfico.</p> <p>1.4 Entrega una tabla comparativa identificando las mejores alternativas de solución.</p>
<p>OBJETO DE ESTUDIO 2 INSTRUMENTOS Y OPERACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR</p> <p>2.1 Financiamiento de las operaciones de comercio exterior</p> <p>2.2 Contratos, Medios de pago y cobro internacionales</p> <p>2.3 El transporte y las transacciones comerciales internacionales</p> <p>2.4 Régimen jurídico del comercio exterior</p>	<p>Técnica expositiva conceptual y procedimental y explicación de solución de casos.</p> <p>2.1 Elabora un ensayo del tema</p> <p>2.2 Elabora un mapa cartográfico del tema</p> <p>2.3 Elabora un cuadro comparativo con los diferentes tipos de transporte y sus principales características.</p> <p>2.4 El alumno elabora una Exposición del subtema asignado con retroalimentación por parte del docente</p>	<p>2.1 Entrega ensayo en tiempo y forma.</p> <p>2.2 Entrega mapa cartográfico en físico y explicación de éste</p> <p>2.3 Entrega en físico cuadro comparativo elaborado en trabajo en equipo.</p> <p>2.4 Entrega en electrónico el documento con la exposición presentada.</p>
<p>OBJETO DE ESTUDIO 3 MARCO INSTITUCIONAL Y DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR</p> <p>3.1 Cooperación económica, Acuerdos y Tratados internacionales</p> <p>3.2 Organismos de control y apoyo al comercio exterior</p> <p>3.3 Sistema Mexicano de defensa contra prácticas desleales en el comercio exterior</p> <p>3.4 Barreras de comercialización</p> <p>3.5 Análisis competitivo y cadenas de valor</p>	<p>Técnica expositiva y explicación en pizarrón</p> <p>3.1 Elabora un cuadro sinóptico que incluya los principales acuerdos y tratados internacionales con las características esenciales de comercialización</p> <p>3.2 Elabora un ensayo del tema mediante la integración de corrillos</p> <p>3.3 Mediante la técnica de análisis de casos se asignan a cada uno de los estudiantes</p> <p>3.4 En equipo de trabajo elaboran una representación de casos de agronegocios inmiscuidos en situaciones de barreras de comercialización</p> <p>3.5 Técnica expositiva por parte del docente</p>	<p>3.1 Entrega del cuadro sinóptico por escrito en un documento en tiempo y forma.</p> <p>3.2 Entrega un ensayo escrito de los principales factores del capítulo.</p> <p>3.3 Entrega por escrito un reporte con la solución del caso asignado y lo expone frente a grupo</p> <p>3.4 .Entrega reporte de solución a los casos representados.</p>

		3.5 Entrega un ensayo escrito de los principales factores del capítulo.
<p>OBJETO DE ESTUDIO 4 MARKETING MIX INTERNACIONAL</p> <p>4.1 Estrategias de penetración y desarrollo en mercados internacionales</p> <p>4.2 El producto internacional</p> <p>4.3 Bolsas Agropecuarias</p> <p>4.4 Fijación de precios internacionales</p> <p>4.5 Canales de distribución internacional</p> <p>4.6 Publicidad Internacional.</p> <p>4.7 Plan de mercado internacional</p>	<p>4.1 Exposición del docente</p> <p>4.2 – 4.7 Expositiva por parte del docente, Análisis de caso integrador de manera participativa y comentado en plenaria para integrar las ideas más relevantes El alumno elabora un plan de mercado de exportación y realiza una exposición del mismo.</p>	<p>4.1 Entrega un ensayo por escrito explicando la importancia de seleccionar las estrategias de penetración y desarrollo más adecuadas en el marco internacional de los agronegocios.</p> <p>4.2 – 4.7 Entrega un resumen de cada tema explicando la importancia de cada uno, así como identificando los principales factores de impacto. Entrega por escrito un plan de mercado internacional de producto agropecuario, así como realiza una presentación oral frente al grupo.</p>

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios e instrumentos)
<p>OBJETO DE ESTUDIO 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Comercio Internacional I. Salvador Mercado Hernández. 2013. Editorial Limusa. Comercio Internacional II (4ª ed). José Luis Jerez. (2011)Editorial ESIC. Guía del exportador (Bancomext) 	<p>1.1 Entrega un ensayo escrito en computadora en formato Word mínimo tres cuartillas de la lectura, (valor 15%)</p> <p>1.2 Exposición del tema, evaluada mediante rubrica (valor 30%).</p> <p>1.3 Entrega vía electrónica un resumen con las alternativas de solución al caso integrador así como el mapa cartográfico (valor 30%).</p> <p>1.4 Entrega tabla comparativa en hoja de máquina tamaño carta (valor 25%).</p>
<p>OBJETO DE ESTUDIO 2. INSTRUMENTOS Y OPERACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR</p> <ul style="list-style-type: none"> Comercio Internacional I. Salvador Mercado Hernández. 2013. Editorial Limusa. Comercio Internacional (4ª ed). José Luis Jerez.(2011) Editorial ESIC Guía del exportador (Bancomext) 	<p>2.1 Entrega ensayo por escrito en físico, en un documento en Word en tiempo y forma (valor 15%).</p> <p>2.2 Entrega mapa cartográfico en físico y explicación de éste (valor 25%).</p> <p>2.3 Entrega en físico formato Word cuadro comparativo elaborado en trabajo en equipo (valor 15%).</p> <p>2.4 Entrega en electrónico la exposición realizada evaluada mediante rubrica (valor 45%).</p>

<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 3.</p> <p>MARCO INSTITUCIONAL Y DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercio Internacional I. Salvador Mercado Hernández. 2013. Editorial Limusa. • Comercio Internacional (4ª ed). José Luis Jerez. (2011). Editorial ESIC • Comercio internacional II. • Tratados comerciales internacionales (su utilidad y aplicación práctica para los empresarios) Rosario Alejandra Sulser Valdez. (2006). Ed. Isef • Guía del exportador (Bancomext) 	<p>3.1 Entrega del cuadro sinóptico por escrito en un documento en Word vía electrónica en tiempo y forma (valor 10%).</p> <p>3.2 Entrega del ensayo por escrito en un documento en Word vía electrónica en tiempo y forma (valor 10%).</p> <p>3.3 Entrega un trabajo escrito en un documento de Word (vía electrónica) con un la solución de casos (valor 10%) evaluando su exposición mediante rubrica. (valor 25%).</p> <p>3.4 Entrega un trabajo escrito en un documento de Word (vía electrónica) con un la solución de casos (valor 10%) evaluando su representación mediante rubrica. (valor 25%).</p> <p>3.5 Entrega del ensayo por escrito en un documento en Word vía electrónica en tiempo y forma (valor 10%).</p>
<p style="text-align: center;">OBJETO DE ESTUDIO 4.</p> <p>MARKETING MIX INTERNACIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercio Internacional I. Salvador Mercado Hernández. 2013. Editorial Limusa. • Comercio y mercadotecnia internacional. Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial. Alejandro Eugenio Lerma kirshner. (2004). Ed. Internacional Thompson. • Dirección de empresas internacionales. José Plabarber y Fidel León Darder (2004). Ed. Pearson • Guía del exportador (Bancomext) 	<p>4.1 Entrega de un ensayo con mínimo tres referencias actualizadas con puntos principales (Valor 10%).</p> <p>4.2 - 4.7 Entrega un resumen de cada tema explicando la importancia de cada uno, (así como identificando los principales factores de impacto. Valor 10%). Entrega por escrito un plan de mercado internacional de producto agropecuario en formato Word y con presentación de power point en un cd. Expone su trabajo. Se evalúa mediante rubrica (valor 80%).</p>
<p>Los criterios e instrumentos de evaluación tienen un valor del 80% del total de la calificación en la materia, siendo un 20% destinado al valor asignado a los tres reconocimientos parciales.</p>	

