



Innovación y Desarrollo de Productos y Servicios para la Exportación

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura Innovación y Desarrollo de Productos y Servicios para la Exportación		2. Nivel de formación Licenciatura	3. Clave de la Asignatura I5426	
4. Prerrequisitos		5. Área de Formación Especializante Obligatoria	6. Departamento Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales	
7. Academia Administración Internacional		8. Modalidad Semipresencial Mixta	9. Tipo de Asignatura Curso-Taller	
10. Carga Horaria				
Teoría	Práctica	Total	Créditos	
40	40	80	8	
12. Trayectoria de la asignatura				
La asignatura de Innovación y Desarrollo de Productos y Servicios para la Exportación pertenece al área de formación especializante obligatoria y no tiene prerrequisitos. Sin embargo se recomienda tomarla después de haber cursado las asignaturas del área de formación básica particular obligatoria.				

Contenido del Programa

13. Presentación
El curso de Innovación y Desarrollo de Productos y Servicios para la Exportación está formado por 6 unidades que van de lo general a lo particular, iniciando con la estrategia de creatividad, diseño e innovación, propiedad intelectual, plan de negocios, y concluyendo con las estrategias de mercado promoción y exportación.
- 14.- Objetivos del programa
Objetivo General
Desarrollar, promover productos y servicios de exportación innovadores y competitivos. El proceso continuo parte del método científico en la detección de necesidades clave del consumidor, cómo aplicar las técnicas que motivan a la creatividad e Innovación generadoras de las ideas base para el diseño de nuevos productos y servicios para la exportación. Así también, se consideran las características y trámites de registro de patente y marcas. Finalmente, se realiza un plan de negocio que justifica la propuesta del desarrollo de un nuevo producto y servicio, a fin de evaluar tanto su factibilidad técnica como comercial.
- 15.-Contenido
Contenido temático
- 1.Estrategias de creatividad diseño e innovación respetando el proceso de globalización, desarrollo, adecuación y cambio de productos y servicios respetando el mercado internacional
 - 2.Plan de negocio
 - 3.Emprendimiento
 - 4.Responsabilidad social
 - 5.Propiedad intelectual en los entornos globales
 - 6.Aspectos legales de nuevos productos y servicios en los mercados internacionales
 - 7.Estrategias internacionales de mercado, promoción y exportación
- Contenido desarrollado
1. Estrategias de creatividad diseño e innovación respetando el proceso de globalización, desarrollo, adecuación y cambio de productos y servicios respetando el mercado internacional
 - 1.1. Procesos y técnicas de creatividad en productos y servicios en los entornos globales
 - 1.2. Procesos tecnológicos y etapas de desarrollo de Innovación en los productos y servicios de exportación

- 1.3. Tipos de Innovación según el Manual de Oslo de la OCDE
- 1.4. Innovación y práctica sobre caracterización de Innovación Abierta-Cerrada/Incremental Radical
- 1.5 Identificación de las Necesidades del Consumidor Internacional
- 1.6 Hábitos de consumo en el mercado internacional
- 1.7 Especificaciones, Arquitectura, Diseño Industrial, Manufactura, Prototipo de productos y servicios para la exportación
- 1.8 Práctica sobre Documentación y Anteproyecto

2 Plan de negocios

- 2.1 Análisis de Mercado
- 2.2 Análisis de la Competencia
- 2.3 Modelo de Negocios
- 2.4 Costo Inicial de Inversión
- 2.5 Estado de Resultados
- 2.6. Análisis Financiero
- 2.7. TIR
- 2.8. VPN
- 2.9 Presentación del plan de negocio ante un comité evaluador

3Emprendimiento

- 3.1 Conceptos básicos del mundo emprendedor en el contexto de creación de empresas, con un enfoque ético y de responsabilidad social
- 3.2 Características, habilidades del emprendedor, ética, valores, creatividad, innovación,
- 3.3 Desarrollo de ideas de negocio en el ámbito empresarial, justificación, nombre de la empresa, clasificación, tamaño, Ubicación, filosofía de la Empresa: Misión visión y objetivos.
- 3.4 Resumen ejecutivo.

4. Responsabilidad social

- 4.1Generalidades de la Responsabilidad Social Corporativa.
- 4.2 Filantropía Vs RSC
- 4.3 Filosofía corporativa de la organización
- 4.4 Grupos de Interés en la Responsabilidad Social Corporativa: (Stakeholders): Organización, socios comerciales, usuarios, sociedad y gobierno.
- 4.5Desarrollo sostenible
- 4.6Gestión Medioambiental
- 4.7Modelo de gestión de RSC
- 4.8Medición y Evaluación de la Responsabilidad Social Corporativa: Pacto Mundial de la ONU; Directrices de la OCDE; Principios de Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES); Estándar de Aseguramiento AA1000; ISO 26000; Norma Mexicana de Responsabilidad Social; Global Reporting Initiative (GRI); Indicadores de Responsabilidad Social SA 8000 (Social Accountability International); Ethos (Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social).
- 4.9Comunicación de las acciones de RSC.

5. Propiedad intelectual en los entornos globales

- 5.1 Patente, Modelo de Utilidad, Diseño Industrial
- 5.2 Formatos y análisis para trámite ante el IMPI
- 5.3 Marca
- 5.4 Formatos y análisis para trámite ante el IMPI

6. Aspectos legales de nuevos productos y servicios en los mercados internacionales

- 6.1. La normatividad legal del mercado considerando la interculturalidad
- 6.2. Los contratos y licencias de fabricación internacional
- 6.3. Utilización de franquicias locales o internacionales
- 6.4. Legislación nacional en materia de exportación de productos y servicios: tributaria, aduanera y bancaria

7. Estrategias internacionales de mercado, promoción y exportación

- 7.1. Estrategias para la penetración y expansión en los mercados internacionales
- 7.2. Posicionamiento en los mercados internacionales
- 7.3. Publicidad internacional
- 7.4. Promoción de ventas
- 7.5. Concepto de distribución internacional
- 7.6. Funciones y estructura de los canales de distribución internacionales
- 7.7. Selección de los canales de distribución

16. Actividades Prácticas

Entre las actividades extracurriculares que tienen que ver con ésta asignatura encuentran las siguientes: a) Asistencia a conferencias, seminarios y convenciones que sobre la materia sean organizadas por el Departamento u otra entidad. b) Las visitas guiadas a empresas u organizaciones c) Las tutorías que reciben los alumnos que las solicitan a este Departamento vía el

coordinador de carrera del programa educativo específico. d) Vinculación empresarial mediante la aplicación o transmisión del conocimiento. e) Lectura de temas selectos en lengua extranjera. f) Presentación de prototipos en Negomarket.

17.- Metodología

Tradicional, Deductivo, Analítico, Descriptivo, Explicativo, Lectura previa, Discusión de temas, Trabajos de investigación, Exposición del maestro, Exposición de alumnos, Artículos, Pintarrón, Estudio de casos, Diapositivas, Libros de texto.

18.- Evaluación

Los criterios de asistencia para el ciclo escolar 2024-A, serán:

Los criterios de evaluación del curso se definen por los miembros de la academia y considerándose los siguientes elementos:

Periodo de exámenes ordinarios y extraordinarios Al 18 de mayo de 2024.

Asistencia al 80% de las clases para el período ordinario, captura de calificaciones ordinarias y extraordinarias **del 20 al 23 de mayo del 2024.**

Fin del ciclo escolar **15 de julio de 2024.**

Los días de descanso establecidos en los contratos colectivos de trabajo celebrados con STAUdeG, serán publicados mediante circulares emitidas por la Secretaría General.

Ponderación:

Participación en clase 10%.

Tareas 20%.

Trabajo en equipo y su exposición 35% respetando las citas del APA.

Exámenes parciales 35%.

El trabajo en equipo se presentara en NEGOMARKET del ciclo **2024-A.**

El alumno deberá de asistir de manera obligatoria al **NEGOMARKET del 6 al 11 de Mayo del 2024.**

19.- Bibliografía

Libros / Revistas

Libro: Desarrollo de nuevos Productos . Creatividad, innovación y marketing (OBLIGATORIO)
Schnarch, Alejandro S. (2014) McGraw-Hill Interamerican No. Ed 6ta.

ISBN: 9789584104328

Libro: Evaluación de Proyectos (OBLIGATORIO)

Baca Urbina Gabriel (2013) McGraw-Hill Interamerican No. Ed 7 Séptima

ISBN: 9786071509222

Libro: Proyectos de Inversión

NASSIR SAPAG CHAÍN (2011) Pearson No. Ed 2DA.

ISBN: 978563431063

Libro: Desarrollo de Nuevos Productos, Una visión integral

Alejandro E. Lerma Kirchner Le (2011) CENGAGE Learning No. Ed 6ta.

ISBN: 10:607-481-320-5

Libro: Ingeniería de Exportación

Nicola Minervini (2013) CENGAGE Learning No. Ed 2DA.

ISBN: 978-607-519-187-4

Libro: Emprendiendo la Innovación

Victor Britez Chamorro (2014) Erasmus No. Ed 1ra

ISBN: 978-84-15462-36-1

Libro: Cómo Gestionar la innovación

Barba Ibáñez, Enric, ; Magar (2013) Dobleerree No. Ed 1ra.

ISBN: 978-84-936120-6-1

Libro: Administración de la Innovación

Ahmed-Shepherd (2012) 1 No. Ed 1DA.

ISBN: 0

Libro: Innovación

Barba Ibañez, Enric (2011) CENGAGE Learning No. Ed 5ta

ISBN: 978-84-938303-5

Libro: Emprendimiento de Innovación , Diseña y Planea tu Negocio
Julia Esther Hilarión Madaria (2014) McGraw-Hill Interamerican No. Ed 1ra.

ISBN: 13: 9786075191201

Otros materiales

20.- Perfil del profesor

Contar con posgrado de preferencia en área de Negocios Internacionales y/o Mercadotecnia, con experiencia deseable en el área de 2 años mínimo.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Código:

ARANDA BELICA SILVIA SOCORRO

Código:

CÁRDENAS DIAZ TRINIDAD DEL ROSARIO

Código:

LAINEZ GONZALEZ MAGDIEL

Código:

VELAZQUEZ GONZALEZ FERNANDO

Código:

22.- Lugar y fecha de su aprobación

Se revisó y actualizo en CUCEA en el Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en el G-306, en **9 de enero del 2024** en Reunión de Academia.
La fecha del Taller de Actualización será: **9 de enero del 2024.**

23.- Instancias que aprobaron el programa

El programa fue evaluado y revisado por los profesores que integran la Academia de Administración Internacional del Colegio Departamental de Mercadotecnia y Negocios Internacionales el **9 de enero del 2024.**

24.- Archivo (Documento Firmado)

Presidente de la Academia



Jefe del Departamento

Imprimir

