



Agrupaciones, Adquisiciones y Franquicias Internacionales

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
Agrupaciones, Adquisiciones y Franquicias Internacionales		Licenciatura	
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
-		Básica Particular	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Estrategia de Negocios	Presencial	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

50 50 100 8

Trayectoria de la asignatura

Contribuye a la formación de profesionistas, con el fin de aplicar los conocimientos teóricos, en áreas prácticas, a fin de desarrollar el crecimiento de las organizaciones, con directivos de alto nivel en un ambiente global y competitivo.

Contenido del programa

Presentación

Reflexión, análisis, toma de decisiones.

Objetivos del programa

Objetivo general

Proveer al estudiante las herramientas y los marcos específicos para planear, crear, evaluar y tomar decisiones estratégicas de marketing.

Los conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades que el alumno deberá adquirir con base al desarrollo de la unidad

-

Contenido

Contenido temático

UNIDAD I

Fundamentos de las agrupaciones y Clústers Internacionales

UNIDAD II

Evaluación de la competitividad en la cadena de valor

UNIDAD III

Fundamentos de adquisiciones y Franquicias Internacionales

UNIDAD IV

Patentes, marcas y derechos de autor en la franquicia

UNIDAD V

Posicionamiento de la marca internacional

Contenido temático

UNIDAD I – Fundamentos de las agrupaciones y Clústers Internacionales

1.1. Realidad de los clústers internacionales

1.2. Ventajas y desventajas en las agrupaciones internacionales

1.3. Tendencias en el desarrollo regional

UNIDAD II – Evaluación de la competitividad en la cadena de valor

2.1. Factores de competitividad regional

2.2. Factores de competitividad internacional

2.3. Integración de la cadena de valor como clúster o agrupación

UNIDAD III – Fundamentos de adquisiciones y Franquicias Internacionales

3.1. Introducción al sistema de franquicias

3.2. Proceso de adquisición internacional

3.3. Desarrollo de estrategias para crear valor internacional

UNIDAD IV – Patentes, marcas y derechos de autor en la franquicia

4.1. Franquicia internacional de una marca

4.2. Aspectos legales de las franquicias

UNIDAD V – Posicionamiento de la marca internacional

5.1. Alianzas estratégicas y agrupaciones internacionales

5.2. Comercialización de la franquicia

Actividades prácticas

Se realizan las siguientes actividades prácticas: Consulta de bases de datos y la Biblioteca Virtual. El objetivo es realizar una investigación documental para mantener al estudiante en el conocimiento de frontera. 10 Horas Participación en

Eventos Extracurriculares, como Congresos, Semana de Negomarket o visitas guiadas a empresas. Objetivo, participar en eventos externos a la clase para enriquecer la currícula académica. 5 Horas Visita a la empresa para el Proyecto de Consultoría, el objetivo es aplicar el conocimiento del curso en un caso real. 25 Horas

Metodología

Se empleará el método inductivo- deductivo sobre artículos y libros de texto.

El método analítico será utilizado en los estudios de caso.

Se emplearán los métodos exploratorio, descriptivo, analítico y deductivo para el trabajo final.

Los recursos didácticos serán: pintarrón, diapositivas, películas, libros de texto, artículos de revistas especializadas y asistencia a conferencias de expertos o eventos académicos.

Evaluación

Se realiza un diagnóstico previo del grupo para ubicar el nivel de los participantes. La evaluación es continua y sumativa, durante el desarrollo del curso. Al final se entregará un reporte o trabajo final. Se deben considerar los porcentajes de los siguientes elementos:

Teoría: 50% (incluye tareas 25% y exámenes 25%)

Práctica: 50% (incluye análisis de casos 25% y proyecto final 25%)

Total: 100%

NOTA: Los exámenes se pueden aplicar de manera presencial o en formato electrónico (plataforma), cualquier día y a cualquier hora.

=====

Calendario Ciclo Escolar 2026 B

Inicio de clases: 17 de agosto 2026

Fin de clases presenciales o virtuales: 11 de diciembre 2026.

Registro y publicación de evaluación continua ORDINARIO: 11 de diciembre 2026.

Registro y publicación de evaluación continua EXTRAORDINARIO: 16 de diciembre 2026.

Descarga de reporte de calificaciones y entrega al departamento de la materia que corresponde: 16 de diciembre 2026.

VACACIONES DE INVIERNO: lunes 19 de diciembre al 6 de enero 2027.

DÍAS NO LABORABLES:

miércoles 16 de septiembre.

lunes 12 de octubre.

lunes 2 de noviembre

lunes 16 de noviembre

PRUEBA DE APTITUD: sábado 7 de noviembre

NEGOMARKET: del 9 al 13 de noviembre

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Fusiones y Adquisiciones en la Práctica

Nicolas Marín José, Ketelhö (2011) Cengage Learning Editores No. Ed 4°

ISBN: 9786074816655

Libro

La franquicia: Una estrategia de expansión y crecimiento

Barceló, Erick (2013) Editorial Académica Espa No. Ed 13

ISBN: 9783659071126

Libro

La Franquicia. Un Modelo De Negocio Estrategico. Beneficio Directo De La Marca.

(2006) Escuela Colombiana de Ing No. Ed

ISBN: B008G85A7Q

Libro

Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization

Hitt A. M.; R. D. Ireland y R (2012) Cengage Learning No. Ed 10°

ISBN: 978-005

Libro

Marketing y plan de negocio de la microempresa

Enrique Gracia (2014) Paraninfo No. Ed 3°

ISBN: 978-006

Libro

Internacionalización, mercados y empresa

Gregorio Cristobal Carle (2014) ESIC No. Ed 2°

ISBN: 978-84-7356-995-8

Otros materiales

Revista: "Franchise Mergers & Acquisitions: Trends and Implications"

Descripción: "Franchise Mergers & Acquisitions: Trends and Implications" - This article discusses the latest trends in franchise mergers and acquisitions, providing insights into their implications for the industry. Available on FranchiseWire.

Revista: "The Impact of International Acquisitions on Franchise Performance"

Descripción: "The Impact of International Acquisitions on Franchise Performance" - A study examining how international acquisitions affect franchise performance metrics. Access it through ResearchGate.

Revista: "Global Expansion Strategies for Franchises: A Case Study Approach"

Descripción: "Global Expansion Strategies for Franchises: A Case Study Approach" - This paper explores various strategies employed by franchises during global expansion, highlighting successful case studies. Available on MDPI.

Revista: "The Role of Franchising in International Business Development" - An analysis of how franchising serves as a vehicle for international business growth. Accessible via the Journal of Business Research.

Descripción: "The Role of Franchising in International Business Development" - An analysis of how franchising serves as a vehicle for international business growth. Accessible via the Journal of Business Research.

Revista: "Acquisition Strategies in the Franchise Sector: A Comparative Analysis" - This article compares different acquisition strategies within the franchise sector and their effectiveness. Available on SSRN.

Descripción: "Acquisition Strategies in the Franchise Sector: A Comparative Analysis" - This article compares different acquisition strategies within the franchise sector and their effectiveness. Available on SSRN.

Revista: "Franchise Networks and Their Role in International Market Entry" - A detailed examination of how franchise networks facilitate entry into international markets. Available on Wiley Online Library.

Descripción: "Franchise Networks and Their Role in International Market Entry" - A detailed examination of how franchise networks facilitate entry into international markets. Available on Wiley Online Library.

Revista: "Challenges and Opportunities in International Franchise Development" - This article identifies key challenges faced by franchises when expanding internationally and proposes solutions. Available on Taylor & Francis Online.

Descripción: "Challenges and Opportunities in International Franchise Development" - This article identifies key challenges faced by franchises when expanding internationally and proposes solutions. Available on Taylor & Francis Online.

Revista: "Strategic Alliances and Mergers in Franchising: A Global Perspective" - This paper discusses strategic alliances and mergers from a global perspective, with case studies illustrating successful partnerships. Available on Open Access Journal.

Descripción: "Strategic Alliances and Mergers in Franchising: A Global Perspective" - This paper discusses strategic alliances and mergers from a global perspective, with case studies illustrating successful partnerships. Available on Open Access Journal.

Revista: "The Future of Franchising: Trends in Global Acquisitions" - An overview of future trends in franchising, particularly focusing on global acquisition strategies. Available on Emerald Insight.

Descripción: "The Future of Franchising: Trends in Global Acquisitions" - An overview of future trends in franchising, particularly focusing on global acquisition strategies. Available on Emerald Insight.

Revista: "Mergers and Acquisitions in the Franchise Industry: A Review of Literature" - A comprehensive literature review discussing key findings related to mergers and acquisitions within the franchise industry. Accessible via Google Scholar

Descripción: "Mergers and Acquisitions in the Franchise Industry: A Review of Literature" - A comprehensive literature review discussing key findings related to mergers and acquisitions within the franchise industry. Accessible via Google Scholar

Perfil del profesor

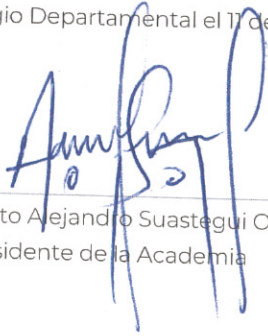
Estudios de Maestría en ciencias económico administrativas. Experiencia y conocimiento en los fundamentos para franquiciar, adquirir o agrupar empresas en los mercados internacionales. Con estudios a nivel Maestría y deseable con grado de doctor.

Lugar y fecha de su aprobación

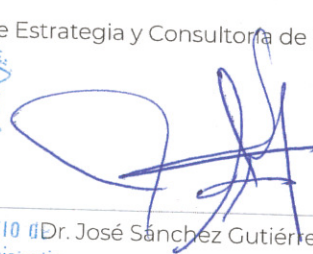
Zapopan, Jalisco. 14 de julio 2026

Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 17 de agosto 2026 Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados



Mtro. Alberto Alejandro Suastegui Ochoa
Presidente de la Academia



Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas
Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Dr. José Sánchez Gutiérrez
Jefe del Departamento