



Agrupaciones, Adquisiciones y Franquicias Internacionales

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura Agrupaciones, Adquisiciones y Franquicias Internacionales	2. Nivel de formación Licenciatura	3. Clave de la Asignatura
4. Prerrequisitos	5. Área de Formación Especializante Selectiva	6. Departamento Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
7. Academia Estrategia de Negocios	8. Modalidad Presencial	9. Tipo de Asignatura Curso-Taller
10. Carga Horaria		
Teoría 40	Práctica 40	Total 80
12. Trayectoria de la asignatura		Créditos 8

Contenido del Programa

13. Presentación
Reflexión, análisis, toma de decisiones.

14.- Objetivos del programa
Objetivo General
Proveer al estudiante las herramientas y los marcos específicos para planear, crear, evaluar y tomar decisiones estratégicas de marketing.

15.-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 desarrollado

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 estrategias y agrupaciones internacionales

5.2. Comercialización de la franquicia

16. 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

17.- 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.

18.- 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:

30% Exámenes Parciales. El objetivo es demostrar el conocimiento teórico. Mide el desempeño individual.

20% Ensayo mediante Investigación Documental. El objetivo es mantener al estudiante en el conocimiento de frontera. Mide el desempeño individual.

10% Reporte y Constancia de Participación en Eventos Extracurriculares. El objetivo es participar en eventos externos a la clase para enriquecer la currícula académica. Mide el desempeño individual.

40% Proyecto Final. El objetivo es aplicar el conocimiento del curso en un caso real. Mide el desempeño grupal.

NOTA: Los exámenes se pueden aplicar en formato electrónico (plataforma) cualquier día y a cualquier hora.

=====

Calendario Ciclo Escolar 2024 A:

Inicio de clases: martes 16 de enero de 2024.

Fin de clases presenciales o virtuales: viernes 17 de mayo de 2024.

Fin de cursos y fecha límite para registro en ORDINARIO Y EXTRAORDINARIO: del 20 al 23 de mayo de 2024 (ordinario) y del 27 al 28 de mayo de 2024 (extraordinario).

VACACIONES DE PRIMAVERA: del domingo 24 de marzo de 2024, al domingo 07 de abril de 2024.

DÍAS NO LABORABLES: lunes 05 de febrero, lunes 18 de marzo, miércoles 01 de mayo y miércoles 15 de mayo de 2024.

PRUEBA DE APTITUD: sábado 18 de mayo de 2024. **Suspensión de clase** viernes 17 de mayo a partir de las 15:00 horas.

NEGOMARKET: del lunes 06 al sábado 11 de mayo de 2024.

19.- Bibliografía

Libros / Revistas

Libro: Fusiones y Adquisiciones en la Práctica

Nicolas Marin José, Ketelhö (2011) Cengage Learning Editores No. Ed 4º

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 10º

ISBN: 978-005

Libro: Marketing y plan de negocio de la microempresa

Enrique Gracia (2014) Paraninfo No. Ed 3º

ISBN: 978-006

Libro: Internacionalización, mercados y empresa

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

ISBN: 978-84-7356-995-8

Otros materiales

20.- 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.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Código:

Bucio Rayas Esaú Gabriel

Código: 9611096

Suástegui Ochoa Alberto Alejandro

Código: 2127679

22.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco, 12 de enero de 2024

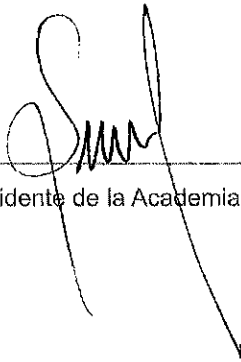
23.- Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 12 de enero de 2024

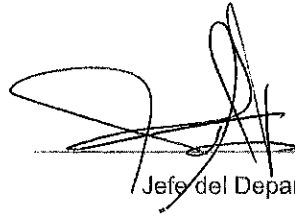
Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados

24.- Archivo (Documento Firmado)

[Agrupaciones-Adquisiciones_y_franquicias.pdf](#)



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento



Centro Universitario de
Ciencias Económicas Administrativas
Departamento de Mercadotecnia
y Negocios Internacionales



Perifoneo Nta. 790-A en costado de rectoría, Nueva Universidad los Baños 45100
Zapopan Jalisco, México
Tel: 31 70 33 00 ext. 25446
www.cucea.udg.mx