



Agrupaciones, Adquisiciones y Franquicias Internacionales

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de	Clave de la asignatura
Agrupaciones, Adquisiciones y Franquicias Internacionales		formación 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
40	40	80	8

Trayectoria de la asignatura

-

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.

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 estrategias 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:

Exámenes parciales 40%.

Proyecto Final 40%.

Participación en talleres 20%

Total 100%

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

=====

Calendario Ciclo Escolar 2025 A

Inicio de clases: lunes 16 de enero 2025

Fin de clases presenciales o virtuales: 23 de mayo 2025

Registro y publicación de evaluación continua ORDINARIO: del 23 de mayo 2025

Registro y publicación de evaluación continua EXTRAORDINARIO: 28 de mayo 2025

Descarga de reporte de calificaciones y entrega al departamento de la materia que corresponde: el 30 de mayo 2025

VACACIONES DE PRIMAVERA: del 14 al 27 de abril de 2025.

DÍAS NO LABORABLES: 3 de febrero, 17 de marzo, 1 y 15 de mayo 2025

PRUEBA DE APTITUD: sábado 17 de mayo (suspensión de clases el viernes 16 a partir de las 15:00 horas).

NEGOMARKET: del lunes 5 al 9 de mayo 2025

RIICO:

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Fusiones y Adquisiciones en la Práctica

Nicolas Marín 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 Cristóbal Carle (2014) ESIC No. Ed 2º

ISBN: 978-84-7356-995-8

Otros materiales

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, 10 de enero de 2025

Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 10 de enero de 2025

Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados


Presidente de la Academia


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


Jefe del Departamento