



Taller de Estrategias Internacionales

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura Taller de Estrategias 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.-Situación actual del mercado internacional
- UNIDAD II.-Estrategia de internacionalización
- UNIDAD III.-Evaluación y control financiero de la estrategia internacional
- Contenido desarrollado
- UNIDAD I - Situación actual del mercado internacional
- 1.1. Análisis del mercado internacional
- 1.2. Análisis del sector y la industria internacional
- 1.3. Oferta y demanda internacional
- 1.4. Legislación aduanera y tratados comerciales
- UNIDAD II - Estrategia de internacionalización
- 2.1. Políticas de producto (modificaciones, adaptaciones estandarizadas internacionales)
- 2.2. Análisis respecto a la internacionalización.
- 2.3. Estrategia de entrada al mercado internacional

UNIDAD III – Evaluación y control financiero de la estrategia internacional

- 3.1. Operatividad financiera
- 3.2. Control financiero
- 3.3. Evaluación financiera de la estrategia internacional

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. 5 Horas Participación en Eventos Extracurriculares, como Congresos, visitas guiadas a empresas. El objetivo es 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. 30 Horas. Asistencia a la semana de Negomarket.

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: Strategic international Management
K. Praveen Parboteeah () International No. Ed 5° edition

ISBN: 0-538-4596-X

Libro: Estrategia Global
Mike W. Peng (2015) Cengage Learning No. Ed 2°

ISBN: 978-607-481-265-7

Libro: Marketing Internacional
Juan García Sordo (2014) McGraw Hill No. Ed 1°

ISBN: 970-10-2857-0

Libro: Sistema Educativo y áreas estratégicas para la competitividad
José Sánchez Gutiérrez, Tan (2017) Universitario No. Ed 1°

ISBN: 978-84-17075-78-1

Otros materiales

20.- Perfil del profesor

Conocimiento teórico sobre estrategias internacionales y experiencia práctica para su aplicación. Con estudios a nivel Maestría en ciencias económico administrativas, deseable con grado de doctor.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

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

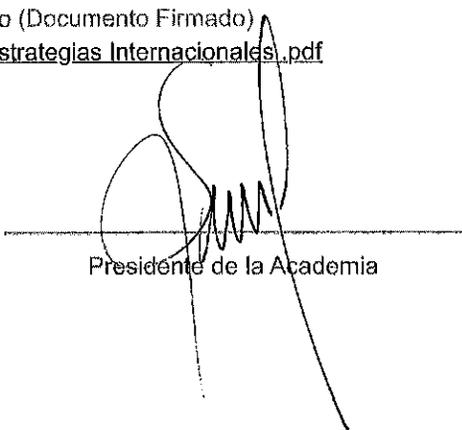
23.- Instancias que aprobaron el programa

Aprobado por Colegio Departamental el 12 de enero de 2024

Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados

24.- Archivo (Documento Firmado)

Taller de Estrategias Internacionales.pdf



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento



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

Imprimir

