



## Taller de Estrategias Internacionales

### Datos generales

<b>Nombre de la asignatura</b>		<b>Nivel de formación</b>		<b>Clave de la asignatura</b>	
Taller de Estrategias Internacionales		Licenciatura			
<b>Prerrequisito</b>		<b>Area de formación</b>		<b>Departamento</b>	
-		-		Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales	
<b>Academia</b>	<b>Modalidad</b>	<b>Tipo de asignatura</b>		<b>Prerrequisito de % de créditos</b>	
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.-Situación actual del mercado internacional UNIDAD II.-Estrategia de internacionalización UNIDAD III.-Evaluación y control financiero de la estrategia int

##### Contenido temático

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

**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

### **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.

### **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

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 Garcia 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

**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.

**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