



Comercio Exterior

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
Comercio Exterior		Licenciatura	I5424
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
Introduccion a los Negocios Internacionales		Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Comercio y Operaciones Internacionales	Semipresencial Mixta	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

40 40 80 8

Trayectoria de la asignatura

Contenido del programa

Presentación

Las actividades internacionales principalmente el comercio, se han convertido en un parteaguas para la consolidación de los países. Para México el comercio es sin duda alguna la actividad de más alto crecimiento en los últimos años, de tal manera que se requiere de un profesional que conozca a profundidad las regulaciones y actividades del comercio exterior.

Objetivos del programa

Objetivo general

Conocer y Analizar las actividades de comercio exterior, las fortalezas para México y la participación para las empresas.

Contenido

Contenido temático

UNIDAD I. Fundamentos del comercio exterior de México

UNIDAD II. Proyecto de exportación

UNIDAD III. Marco Jurídico del comercio Exterior Mexicano

UNIDAD IV. Organismos públicos y privados que promueven, regulan y financian el comercio Exterior mexicano.

UNIDAD V. Análisis e integración del anteproyecto de exportación.

Contenido temático

Unidad I. Fundamentos del comercio exterior mexicano.

- 1.1 Conceptos básicos del comercio exterior
- 1.2 Antecedentes del comercio exterior en México
- 1.3 Desarrollo del plan de exportación

Unidad II. Proyecto de exportación

- 2.1 Definición del plan de exportación
- 2. Desarrollo del plan de exportación
 - 2.2 Presentación del plan de exportación
 - 2.3 Características de la guía sectorial de exportación
 - 2.3.1 Tendencias del mercado internacional
 - 2.3.2 Formulación estratégica para la exportación

Unidad III. Marco Jurídico del Comercio Exterior Mexicano

- 3.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: artículos relacionados con el comercio exterior.
- 3.2 Ley de inversión extranjera (Inversión extranjera en México)
- 3.3 Ley de Comercio Exterior (aranceles y promoción de las exportaciones)
- 3.4 LIGIE (Clasificación arancelaria del producto a exportar)
- 3.5 Ley de Metrología y Normalización
 - 3.5.1 Caso relativo a las NOM
- 3.6 Ley de Aprobación de tratados internacionales en materia económica
 - 3.6.1 – Tratados y Acuerdos en vigor de México
- 3.7 Ley Federal de Derechos
 - 3.7.1 Pago de derechos por la prestación de servicios aduaneros

UNIDAD IV. Organismos públicos y privados que promueven y financian el comercio exterior mexicano.

- 4.1 Organismos del Gobierno Federal
 - 4.1.1. Programas de Bancomext
 - 4.1.2. Programas de NAFIN
 - 4.1.3 Programas de fomento al comercio exterior
- 4.2 Programas de apoyo al emprendimiento estatal
 - 4.2.1 Programas de apoyo de Foja
 - 4.2.2 Programas de apoyo EmpredeZapopan
 - 4.2.3 Programas de apoyo de EmpredeTlaquepaque
 - 4.2.4 Programas de apoyo de EmpredeGuadalajara
- 4.3 Organismos del sector privado
 - 4.3.1 American Chamber of Mexico
 - 4.3.2. ANIERM
 - 4.3.3 CAAAREM
 - 4.3.4 CANACO
 - 4.3.5 COMCE UNIDAD

UNIDAD V. Análisis e integración del anteproyecto de exportación

- 5.1 La empresa
- 5.2 El producto
- 5.3 El mercado meta
- 5.4 Comercialización internacional (canales de distribución)
- 5.5 Material promocional
- 5.6 Integración al ámbito exportador
- 5.7 Financiamiento
- 5.8 Forma de pago internacional

5.9 Logística de exportación

5.9.1 Formación del precio de exportación

5.9.2 La empresa ante el reto de exportación

5.9.3 Conclusiones

5.9.4 Anexos (Documentos necesarios para exportar) gráficos, estadísticas, etc.

Actividades prácticas

Elaboración de un Proyecto de Exportación. Exposición de los Alcances del Proyecto. Visita a organismos de apoyo al comercio exterior. Así como el desarrollo de casos prácticos enfocados a resolución de problemas comunes en el comercio exterior. Asistir al NEGOMARKET del 10 al 14 de noviembre de 2025.

Metodología

Aprendizaje basado en problemas, aprendizaje colaborativo, aula invertida, estudio de casos, asistencias a tutorías. Asistencia y/o participación en seminarios, conferencias y convenciones. Lectura de temas selectos en lengua extranjera.

Evaluación

Proyecto de Exportación y Exposición	40%
Tareas y Actividades	30%
Exámenes	30%
Total	100%

El ciclo escolar 2025 "B" inicia el lunes 11 de agosto de 2025. Fecha de fin de cursos martes 9 de diciembre de 2025.

Asistencia del 80% de las clases para tener derecho a calificación en el periodo ordinario.

Asistencia al 65% de las clases para tener derecho a calificación en el periodo extraordinario.

Periodo de Evaluación a alumnos para el Ciclo 2025-B:

- Registro y publicación de evaluación continua ordinaria 9 de diciembre de 2025.

- Registro y publicación de evaluación continua extraordinaria 12 diciembre de 2025.

Fecha límite de descarga de reporte de calificaciones y entrega al departamento de 9 al 12 de diciembre de 2025.

Bibliografías

Bibliografía

Libro

Ingeniería de la Exportación: Cómo Elaborar Planes Innovadores de Exportación.

Minervini, N. (2014) Cengage Learning No. Ed 1

ISBN:

Libro

Derecho Corporativo y la Empresa

Sanromán Aranda, R., Cruz Gre (2008) Cengage Learning No. Ed 1

ISBN:

Libro

Comercio Internacional OCDE

Love,P. Lattimore, R. (2015) UNAM No. Ed .

ISBN: ISBN

Libro

Globalización Económica orígenes y consecuencias OCDE

Huwart, J. Y.,Verdier, L. (2015) UNAM No. Ed .

ISBN: ISBN

Libro

Elementos de Comercio Exterior

Garcia Fonseca, C. (2013) Trillas No. Ed .

ISBN: ISBN

Libro

Guía para la pyme exportadora: aduanas, logística e inspección,

Arola, Taric y AENOR (2015) AENOR (Asociación Españ No. Ed .

ISBN: ISBN

Otros materiales

Revista: Cieřlik, A., & Tseyang, T. (2021). The effectiveness of China's foreign trade liberalization. *Miscelanea Geographica/Miscellanea Geographica*, 25(4), 238-245. <https://doi.org/10.2478/mgrsd-2020-0064>

Descripción: Cieřlik, A., & Tseyang, T. (2021). The effectiveness of China's foreign trade liberalization. *Miscelanea Geographica/Miscellanea Geographica*, 25(4), 238-245. <https://doi.org/10.2478/mgrsd-2020-0064>

Revista: Jedinger, A. (2021). Conspiracy Mentality Predicts Public Opposition to Foreign Trade. *Frontiers In Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.658919>

Descripción: Jedinger, A. (2021). Conspiracy Mentality Predicts Public Opposition to Foreign Trade. *Frontiers In Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.658919>

Revista: Paulo, E. M., & Souza, O. T. (2023). Foreign Trade and Income Convergence in Latin America. *Economies*, 11(9), 235. <https://doi.org/10.3390/economies11090235>

Descripción: Paulo, E. M., & Souza, O. T. (2023). Foreign Trade and Income Convergence in Latin America. *Economies*, 11(9), 235. <https://doi.org/10.3390/economies11090235>

Revista: Zhu, L., Gao, Y., Chen, W., & Ren, H. (2022). Consumer satisfaction-oriented emotional marketing in foreign trade. *Frontiers In Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.960042>

Descripción: Zhu, L., Gao, Y., Chen, W., & Ren, H. (2022). Consumer satisfaction-oriented emotional marketing in foreign trade. *Frontiers In Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.960042>

Revista: Zeybek, Ö. (2022). The Relationship Between Economic Growth, Exchange Rate and Foreign Trade in Developing Countries for the Period 1996-2020: Panel Data Analysis. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 30–46. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.960042>

Descripción: Artículo

Revista: Stanciu, L., & Stanciu, C.-L. (2022). Effects of Globalization on the Internationalization and Management of the Activity of the Multinational Companies. *International Conference Knowledge Based Organization*, 28(2), 75–80. <https://doi.org/10.2478/kbo-2022>

Descripción: Artículo

Revista: Xie, M., & Huang, X. (2023). The Relationship between Foreign Trade and Regional Economic Growth: Based on Cointegration - Granger Causality Test. <https://doi.org/10.4108/eai.9-12-2022.2327567>

Descripción: Artículo

Perfil del profesor

En docente deberá contar con grado de maestría preferentemente en negocios internacionales, comercio exterior, comercio internacional y afines, así como una experiencia de dos años.

Lugar y fecha de su aprobación

Se revisó y actualizó en CUCEA en el Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en el G 306, en el mes de julio de 2025 en Reunión de Academia

Instancias que aprobaron el programa

Programa aprobado en Reunión de Colegio Departamental, en el Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en el G 306, en el mes de julio de 2025.



Presidente de la Academia



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



Jefe del Departamento