



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
LICENCIATURA: ADMINISTRACIÓN**

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:				
COMPETITIVIDAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES				
IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA				
MODALIDAD:	Curso	Área Profesionalizante: Orientación Terminal Negocios		
TIPO DE ASIGNATURA:	Teórica - Práctica			
SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:	7° a 9°			
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Optativa de Elección			
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8		Clave:1851	
HORAS DE CLASE A LA SEMANA:	6	Teóricas: 2	Prácticas: 4	Semanas de clase: 16
				TOTAL DE HORAS: 96
SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:	Ninguna			
SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:	Ninguna			

OBJETIVO GENERAL

El alumno aplicará sus conocimientos del entorno global y las características competitivas de las empresas de nivel internacional para determinar los elementos que requieren las empresas en los diferentes sectores productivos para mantener su posición en el mercado mundial.

ÍNDICE TEMÁTICO			
UNIDAD	TEMAS	Horas Teóricas	Horas Prácticas
1	Competitividad Internacional	8	16
2	Introducción a la Mercadotecnia Internacional	8	16
3	Estrategias de Comercialización Internacional	8	16
4	Elementos que inciden en el Precio de Exportación de las Mercancías	8	16
	Total de Horas Teóricas	32	
	Total de Horas Prácticas		64
	Total de Horas	96	

CONTENIDO TEMÁTICO

1. COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

- 1.1. Competitividad en las empresas.
- 1.2. Recursos para mejorar la competitividad empresarial.
- 1.3. Análisis de competitividad.
- 1.4. La competitividad entre países y empresas.

2. INTRODUCCIÓN A LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

- 2.1. Concepto y antecedentes.
- 2.2. Implicaciones tecnológicas en la compra-venta de bienes y servicios.
- 2.3. Orientación al mercado y ventaja competitiva.
- 2.4. Diagnóstico para la compraventa de bienes y servicios.
- 2.5. Reestructuración del rol del consumidor.
- 2.6. Determinantes del valor entregado al cliente.
 - 2.6.1. Valor Total para el Cliente.
 - 2.6.2. Costo Total para el Cliente.
 - 2.6.3. Valor Entregado al Cliente.
- 2.7. Aplicaciones Prácticas.

3. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

- 3.1. Investigación del mercado meta.
- 3.2. Estrategias de comercialización directa e indirecta.
- 3.3. Gestión indirecta por alianzas estratégicas.
- 3.4. Implantación y seguimiento de la estrategia.

4. ELEMENTOS QUE INCIDEN EN EL PRECIO DE EXPORTACIÓN DE MERCANCÍAS

- 4.1. Envase, empaque y embalaje.
- 4.2. Incoterms.
- 4.3. Transporte Internacional (Aéreo, Marítimo y Terrestre).
 - 4.3.1. Agrupación de Mercancías.
 - 4.3.2. Documentación.
 - 4.3.3. Costos de Transporte.
 - 4.3.4. Maniobras.
 - 4.3.5. Seguros.

TIPOS DE INFORMES DE INVESTIGACIÓN

Se aplicarán los elementos de competitividad en una empresa de nivel internacional, en los diferentes sectores productivos, identificando las características que repuntan su permanencia en el mercado actual; proporcionando competencias en el alumno en su capacidad de análisis a nivel micro y macro, manejo e identificación de negociaciones estratégicas y toma de decisiones a corto y largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Azua, Jon, *Las alianzas competitivas para la nueva economía: empresas, gobiernos y regiones innovadoras*, Madrid, Editorial Mc Graw Hill/Interamericana, 2000.
- Cuesta, Félix, *La transformación empresarial como base de la competitividad: De la empresa tradicional a la empresa virtual*, Madrid, Editorial Pirámide, 2004.
- V. V. A. A., *Modelo de empresa del siglo XXI: Hacia una estrategia competitiva y sostenible*, Madrid, Editorial CINCA, 2008.
- Villarreal, René y Villarreal, Rocío. *México competitivo 2020 – Un modelo de competitividad sistémica para el desarrollo*, México, Editorial Océano, 2002.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Batres Soto, Roberto y García-Calderón, Luís. *Competitividad y desarrollo internacional - Cómo lograrlo en México*, México, Editorial Mc Graw Hill, 2006.
- Martínez, Ángel. *Economía Política Mundial - Las fuerzas estructurantes*, Madrid, Editorial Ariel, 2006.

CIBERGRAFÍA

- Biblioteca Digital de la UNAM (en línea) disponible: <http://www.dgbiblio.unam.mx>

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller	✓
Prácticas de campo	
Otras	

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	✓
Asistencia	
Exposición de seminarios por los alumnos	

PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA			
LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
En Relaciones Internacionales o, en Economía o, en Negocios Internacionales	Economía, Comercio Exterior, Negocios Internacionales	Comercio Exterior, Negocios Internacionales	Economía Internacional