



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
LICENCIATURA: CONTADURÍA

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:					
COMERCIO EXTERIOR II					
IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA					
MODALIDAD: Curso		Ciclo de Formación de Preespecialización			
TIPO DE ASIGNATURA: Teórico-Práctica					
SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE: 8° ó 9°					
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativa					
NÚMERO DE CRÉDITOS:		8	CLAVE: 1957		
HORAS DE CLASE A LA SEMANA:	06	Teóricas: 2	Prácticas: 4	Semanas de clase: 16	TOTAL DE HORAS: 96
SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE: Ninguna					
SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE: Ninguna					

OBJETIVO GENERAL

Que el alumno analice las relaciones comerciales de México con el resto del mundo para localizar nichos de oportunidad como referencia hacia los emprendedores de negocios.

UNIDAD	TEMAS	HORAS TEÓRICAS	HORAS PRACTICAS
1	Alianzas estratégicas en el mercado mundial	4	4
2	Relación Estados Unidos-México	4	8
3	Relación America Latina y el Caribe	4	10
4	Relación México –Europa	4	10
5	Relación México- Asia	4	10
6	Mercados Emergentes	4	10
7	Mercados Intraindustriales	4	6
8	Estudio de Casos de Comercio Exterior	4	6
	Subtotal de Horas	32	64
	Total de Horas		96

CONTENIDO TEMÁTICO

1. ALIANZAS ESTRATÉGICAS EN EL MERCADO MUNDIAL

- 1.1. Principales productos que se importan y exportan.
- 1.2. Análisis de las razones por las que se importan y exportan.
- 1.3. Impacto Económico, financiero, tecnológico y social de las importaciones y exportaciones.
- 1.4. Identificación de nichos de oportunidad.

2. RELACIÓN ESTADOS UNIDOS- MÉXICO

- 2.1. Principales productos que se importan y exportan.
- 2.2. Análisis de las razones por las que se importan y exportan.
- 2.3. Impacto económico, financiero, tecnológico y social de las importaciones y exportaciones.
- 2.4. Identificación de nichos de oportunidad.

3. RELACIÓN AMERICA LATINA Y EL CARIBE

- 3.1. Principales productos que se importan y exportan.
- 3.2. Análisis de las razones por las que se importan y exportan.
- 3.3. Impacto económico, financiero, tecnológico y social de las importaciones y exportaciones.
- 3.4. Identificación de nichos de oportunidad.

4. RELACIÓN MÉXICO – EUROPA.

- 4.1. 1. Principales productos que se importan y exportan.
- 4.2. 2. Análisis de las razones por las que se importan y exportan.
- 4.3. 3. Impacto económico, financiero, tecnológico y social de las importaciones y exportaciones.
- 4.4. 4. Identificación de nichos de oportunidad.

5. RELACIÓN MÉXICO- ASIA

- 5.1. Principales productos que se importan y exportan.
- 5.2. Análisis de las razones por las que se importan y exportan.
- 5.3. Impacto económico, financiero, tecnológico y social de las importaciones y exportaciones.
- 5.4. Identificación de nichos de oportunidad.

6. MERCADOS EMERGENTES

- 6.1. Antecedentes Históricos.
- 6.2. Desafíos y oportunidades para los negocios internacionales.
- 6.3. El papel de la empresa de carácter mundial.
- 6.4. Análisis de casos.

7. MERCADOS INTRAINDUSTRIALES.

- 7.1. Antecedentes.
- 7.2. Políticas Comerciales e industriales.
- 7.3. Rendimientos crecientes en las industrias.
- 7.4. Prospectiva del comercio intraindustrial.

8. ESTUDIO DE CASOS DE COMERCIO EXTERIOR

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Bancomext, *Guía básica del exportador*, México, Bancomext, 2004.
- Bancomext, *La clave del comercio. Bancomext*, México, Bancomext, 2002.
- Bancomext. *Mercadotecnia Internacional y plan de negocios de exportación*, México, Bancomext, 2003.
- Bancomext, *Mercadotecnia Internacional Plan de Negocios de Exportación*, México, Bancomext, 2003.
- Blanco Mendoza Herminio, *Las negociaciones comerciales de México en el Mundo*, México, F.C.E., 1994.
- Secretaria de Economía. *Tratados de libre comercio*, México, S.E., 2004.
- Witker Jorge, Jaramillo Gerardo, *Comercio Exterior de México, Marco Jurídico y Operativo*, México, McGraw Hill, 1996.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Flores Paredes, Joaquín. *El contexto del comercio exterior de México. Retos y oportunidades en el mercado global*. UNAM, México, 2004.
- Huerta, Arturo. *Economía mexicana. Mas allá del milagro*. Diana, México, 1991.
- INEGI. *Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos*. INEGI, México, 2000.
- Ledezma Carlos, Zapata Cristina, *Negocios y comercialización internacional*, Argentina, Macchi, 1995.

CIBERGRAFÍA

- www.secofi-snci.gob.mx
- www.iccmex.org.mx
- www.wto.org/indexsp.htm
- www.imf.org/external/esl/index.asp
- www.bancomundial.org
- www.cinu.org.mx/negocios/unctad.htm
- www.un.org/spanish
- www.eclac.org
- www.aduanas.sat.gob.mx/webadunet/body.htm
- www.economia.gob.mx
- www.sere.gob.mx
- <http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/>
- www.bancomext.gob.mx
- www.pyme.gob.mx/oferta/
- http://europa.eu.int/index_es.htm
- www.aladi.org
- www.ftaa-alca.org/alca_s.asp
- www.mercosur.org.uy

- www.pactoandino.com
- www.ecb.int/home/html/lingua.es.html
- www.comerinter.com
- www.empresascomercio.com

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	✓

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
Licenciado en Economía, Licenciado en Relaciones Internacionales, Licenciado en Negocios Internacionales o Licenciado en Administración		Experiencia profesional mínima de un año en el área de comercio exterior	Haber tomado algún curso de didáctica