



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

UAT

Secretaría  
Académica

R-OP-01-06-16

## Investigación de Mercados Internacionales

### Unidad de Enseñanza Aprendizaje e Impartición de Cátedra

Firma y sello de aprobación  
por la DA



FACULTAD DE COMERCIO  
Y ADMINISTRACIÓN  
DE TAMPICO

COORDINACION DE  
COMPETENCIAS  
ACADEMICAS

<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	<b>LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES</b>
<b>MODALIDAD:</b>	<b>PRESENCIAL</b>
<b>DEPENDENCIA ACADÉMICA:</b>	<b>FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DE TAMPICO</b>
<b>MODELO DE FORMACIÓN:</b>	<b>EN COMPETENCIAS</b>
<b>TIPO:</b>	<b>COMÚN</b>

Dirección de Desarrollo Curricular

Versión 5  
ACT. 13/07/2021



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

UAT

Secretaría Académica

## Unidad de Enseñanza Aprendizaje e Impartición de Cátedra

### PERFIL DOCENTE DE LA UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

FORMACIÓN PROFESIONAL	COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS	EXPERIENCIA LABORAL
Licenciado en Comercio Exterior/Negocios Internacionales, Licenciado en Administración de Empresas o Carrera afín, con especializada en temas de Comercio Internacional, Mercadotecnia Internacional o con estudios de posgrado en Comercio Internacional, Mercadotecnia (Diplomado, Maestría o Doctorado).	Habilidades y conocimientos en el uso de softwares estadístico Y Manejo de Bases de Datos relacionados con el comercio exterior (SPSS, PSP, SIAVI, INVEST ACCESS MAP, TRADE MAP, INDICE DESEMPEÑO LOGÍSTICO, RIESGO POLÍTICO, INFORME DE COMPETITIVIDAD MUNDIAL, INVERSIÓN EXTRANJERA)	Experiencia profesional en la prestación de servicios de Comercio Exterior, Negociación Internacional, Mercadotecnia Internacional e Investigación de Mercados Internacionales, Geopolítica.

### UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

#### Datos Generales

<b>DEPENDENCIA ACADÉMICA:</b>	Facultad de Comercio y Administración de Tampico
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	Licenciado en Negocios Internacionales

#### DATOS GENERALES:

<b>ASIGNATURA:</b>	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES				<b>NÚCLEO DE FORMACIÓN:</b>	NFP	<b>PERIODO ESCOLAR:</b>	6°
<b>CLAVE:</b>	HTC	HTI:	TH:	TC:	<b>ASIGNATURA ANTECEDENTE</b>	<b>ASIGNATURA CONSECUENTE</b>	<b>TIPO:</b>	
G.SA35.314.05-05	5	0	5	5	Mercadotecnia Internacional	S/C	OBLIGATORIA ( X )	OPTATIVA ( )
							CURRICULAR ( X )	COCURRICULAR ( )
								EXTRACURRICULAR ( )

<b>CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA EN EL PERFIL DE EGRESO INSTITUCIONAL</b>	Desarrolla y aplica creatividad e innovación para generar estrategias de calidad de comercialización internacional de productos. Habilidades de investigación en el campo profesional para la resolución de problemas relacionados con su campo profesional. Ética y actitud positive hacia el trabajo.
<b>ATRIBUTOS DEL PERFIL DE EGRESO</b>	Realizar estudios de mercado y analizar los resultados obtenidos, para apoyar la toma de decisiones en torno a la selección de productos, así como al diseño de estrategias competitivas para el posicionamiento de los mismos en mercados internacionales Realizar investigaciones de mercados para identificar los nichos de oportunidad de la empresa en el mercado internacional, haciendo un adecuado uso de la información obtenida, con visión global y emprendedora Realizar investigación de mercados internacionales para colocar productos o servicios de comercio exterior. Diseña proyectos de negocios mediante un análisis del Mercado para la creación de empresas que fortalezcan y fomenten el desarrollo económico y una cultura emprendedora con responsabilidad, impacto social y sentido sustentable. Utilizar tecnologías de información especializadas y de vanguardia para la operación, comercialización y toma de decisiones. Trabaja en equipo ejerciendo liderazgo, proactivo, innovador y tomador de decisiones en su ámbito laboral.
<b>OBJETIVO GENERAL DE LA UEA</b>	Desarrolla y Evalúa proyecto de investigación de mercados internacionales para un producto nacional, empleando el análisis PEST ( político, económico, social y tecnológico así como la infraestructura en vías de acceso, comunicación, y variables relacionadas con la información comercial producto- mercado que permita a las empresas evaluar las posibilidades de comercialización en los mercados exteriores, y apoyar en la toma de decisiones empresariales para el diseño e implementación de estrategias internacionalización.

ATRIBUTOS DE LA UEA		
SABER	SABER HACER	SABER SER
<p><b>Conocimientos</b></p> <p>-Conoce y describe las Oportunidades en el comercio Internacional.</p> <p>-Describe la Metodología de la Investigación de mercados Internacionales.</p> <p>-Conoce y describe la Información general de los mercados potenciales de exportación.</p> <p>-Conoce y describe la Información comercial del producto-mercado potencial de exportación DEFINICIÓN DEL SECTOR.</p> <p>-Conoce y describe a Información comercial del producto-mercado potencial de exportación -BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS.</p> <p>- Conoce y explica la Información sobre precios internacionales.</p>	<p><b>Habilidades y aptitudes</b></p> <p>- Analiza los indicadores relacionados: economía, político, cultural, tecnológicos, desempeño logístico, competitividad mundial, transportación, comunicación, negociación internacional, inversión extranjera, comercial, consumo, demanda, competencia, legislación, barreras arancelarias y no arancelarias, precios, exportación e importación con los mercados potenciales de exportación.</p> <p>Analiza y Aplica la metodología de la investigación de mercados internacionales</p> <p>Desarrolla una investigación de mercados internacionales para colocar productos o servicios de comercio exterior.</p> <p>Analiza y determina las posibilidades de comercialización de las empresas en los mercados exteriores.</p>	<p><b>Actitudes y valores</b></p> <p>Se compromete con los valores institucionales</p> <p>Escucha con interés y respeto las indicaciones dadas en el aula.</p> <p>Ética y actitud positiva hacia el trabajo.</p> <p>Dispuesto al trabajo colaborativo</p> <p>Abierto a la crítica y evaluación de sus trabajos.</p> <p>Desarrolla Flexibilidad y adaptabilidad ante los continuos cambios de la sociedad y el entorno internacional</p>

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UEA (Producto Integrador de la UEA)		
PRODUCTO INTEGRADOR DE LA UEA	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p>Elabora proyecto de Investigación de Mercados Internacionales (físico y/o digital) para un producto nacional que sea demandado en tres mercados potenciales de exportación y emite propuestas en un informe para la toma de decisiones.</p>	<p>10</p> <p>Competente</p>	<p>Selecciona correctamente el producto y mercados seleccionados para su estudio.</p> <p>Entrega en tiempo y forma, sin errores de ortografía</p> <p>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p> <p>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.</p> <p>b). - Descripción técnica</p> <p>c). - Clasificación arancelaria</p> <p>d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)</p> <p>e). - Producción del producto a nivel nacional</p> <p>f). - Importaciones y exportaciones del producto por México</p>



**UAT**

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

**Secretaría Académica**

			<p>g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b></p> <p>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecte una demanda real sobre el producto Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio.</p> <p><b>III.- Información general de los mercados potenciales de exportación.</b> Se elabora un cuestionario que incluya un análisis PEST, que abarque indicadores políticos, económicos, social y tecnológicos, así como geografía, clima, perfil y comportamiento del comprador, infraestructura en vías de acceso, transportación, comunicación, normativa publicitaria, desempeño logístico, inversión extranjera, estrategias de internacionalización, informe global de competitividad.</p> <p><b>IV.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información general de los tres mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con mayor grado de factibilidad para la exportación del producto.</b></p> <p><b>V.- Información comercial del producto-mercado potencial de exportación.</b> Se elabora un cuestionario de los indicadores comerciales del producto en los mercados de exportación seleccionados que abarca:</p> <p>a). - Consumo per-cápita del producto b). - Demanda actual c). - Importaciones y exportaciones d). Participación de exportadores mexicanos en el movimiento comercial del producto-mercados de exportación (Producción + Importaciones – Exportaciones=Tamaño del Mercado) e). - Competencia local-foránea f). -Tarifas- impuestos a los que están sujetos los productos g). - Legislación aplicable al producto h). - Contingentes-cupos impuestos al producto i). - Barreras no arancelarias j). -Precios internacionales</p> <p><b>VI.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más ventajosas para la exportación del producto.</b></p> <p><b>VII.- Tabla Integral comparativa y análisis de los indicadores de la información general y comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más viable para la exportación del producto.</b></p> <p>Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio Fundamenta con precisión los Análisis y Reportes de la Información General y Comercial del producto-mercados estudiados Analiza y fundamenta la decisión final del mercado con mayor grado de factibilidad de comercialización Cumplimiento de los requisitos establecidos al 100%</p>
9	Satisfactorio		<p>Selecciona correctamente el producto y mercados seleccionados para su estudio. Entrega en tiempo y forma, sin errores de ortografía Trabajo colaborativo respetando roles asignados Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p>



- a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.
- b). - Descripción técnica
- c). - Clasificación arancelaria
- d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)
- e). - Producción del producto a nivel nacional
- f). - Importaciones y exportaciones del producto por México
- g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)

**II.- Selección del mercado de exportación**

a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecte una demanda real sobre el producto  
Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio.

**III.- Información general de los mercados potenciales de exportación.** Se elabora un cuestionario que incluya un análisis PEST, que abarque indicadores políticos, económicos, social y tecnológicos, así como geografía, clima, perfil y comportamiento del comprador, infraestructura en vías de acceso, transportación, comunicación, normativa publicitaria, desempeño logístico, inversión extranjera, estrategias de internacionalización, informe global de competitividad.

**IV.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información general de los tres mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con mayor grado de factibilidad para la exportación del producto.**

**V.- Información comercial del producto-mercado potencial de exportación.** Se elabora un cuestionario de los indicadores comerciales del producto en los mercados de exportación seleccionados que abarca:

- a). - Consumo per-cápita del producto
- b). - Demanda actual
- c). - Importaciones y exportaciones
- d). Participación de exportadores mexicanos en el movimiento comercial del producto-mercados de exportación (Producción + Importaciones – Exportaciones=Tamaño del Mercado)
- e). - Competencia local-foránea
- f). -Tarifas- impuestos a los que están sujetos los productos
- g). - Legislación aplicable al producto
- h). - Contingentes-cupos impuestos al producto
- i). - Barreras no arancelarias
- j). -Precios internacionales

**VI.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más ventajosas para la exportación del producto.**

**VII.- Tabla Integral comparativa y análisis de los indicadores de la información general y comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más viable para la exportación del producto.**

En algunas variables no presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio  
Fundamenta con precisión los Análisis y Reportes de la Información General y Comercial del producto-mercados estudiados  
Analiza y fundamenta la decisión final del mercado con mayor grado de factibilidad de comercialización  
Cumplimiento de los requisitos establecidos al 90%



	8	Suficiente	<p>Selecciona correctamente el producto y mercados seleccionados para su estudio.  Entrega en tiempo y forma, presenta algunos errores de ortografía  Trabajo colaborativo respetando roles asignados  Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</p> <p><b>I.- Selección del producto</b>  a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.  b). - Descripción técnica  c). - Clasificación arancelaria  d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)  e). - Producción del producto a nivel nacional  f). - Importaciones y exportaciones del producto por México  g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b>  a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecte una demanda real sobre el producto  Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio.</p> <p><b>III.- Información general de los mercados potenciales de exportación.</b> Se elabora un cuestionario que incluya un análisis PEST, que abarque indicadores políticos, económicos, social y tecnológicos, así como geografía, clima, perfil y comportamiento del comprador, infraestructura en vías de acceso, transportación, comunicación, normativa publicitaria, desempeño logístico, inversión extranjera, estrategias de internacionalización, informe global de competitividad.</p> <p><b>IV.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información general de los tres mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con mayor grado de factibilidad para la exportación del producto.</b></p> <p><b>V.- Información comercial del producto-mercado potencial de exportación.</b> Se elabora un cuestionario de los indicadores comerciales del producto en los mercados de exportación seleccionados que abarca:  a). - Consumo per-cápita del producto  b). - Demanda actual  c). - Importaciones y exportaciones  d). Participación de exportadores mexicanos en el movimiento comercial del producto-mercados de exportación (Producción + Importaciones – Exportaciones=Tamaño del Mercado)  e). - Competencia local-foránea  f). -Tarifas- impuestos a los que están sujetos los productos  g).- Legislación aplicable al producto  h). - Contingentes-cupos impuestos al producto  i). - Barreras no arancelarias  j). -Precios internacionales</p> <p><b>VI.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más ventajosas para la exportación del producto.</b></p> <p><b>VII.- Tabla Integral comparativa y análisis de los indicadores de la información general y comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más viable para la exportación del producto.</b></p>
--	---	------------	---



			<p><i>En algunas variables no presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</i></p> <p><i>Fundamenta con precisión los Análisis y Reportes de la Información General y Comercial del producto-mercados estudiados</i></p> <p><i>Analiza y fundamenta la decisión final del mercado con mayor grado de factibilidad de comercialización</i></p> <p><i>Cumplimiento de los requisitos establecidos al 80%</i></p>
7	Básico		<p><i>Selecciona correctamente el producto y mercados seleccionados para su estudio.</i></p> <p><i>Entrega en tiempo y forma, presenta algunos errores de ortografía</i></p> <p><i>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</i></p> <p><i>Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</i></p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p> <p>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.</p> <p>b). - Descripción técnica</p> <p>c). - Clasificación arancelaria</p> <p>d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)</p> <p>e). - Producción del producto a nivel nacional</p> <p>f). - Importaciones y exportaciones del producto por México</p> <p>g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b></p> <p>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecte una demanda real sobre el producto</p> <p><i>Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio.</i></p> <p><b>III.- Información general de los mercados potenciales de exportación.</b> <i>Se elabora un cuestionario que incluya un análisis PEST, que abarque indicadores políticos, económicos, social y tecnológicos, así como geografía, clima, perfil y comportamiento del comprador, infraestructura en vías de acceso, transportación, comunicación, normativa publicitaria, desempeño logístico, inversión extranjera, estrategias de internacionalización, informe global de competitividad.</i></p> <p><b>IV.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información general de los tres mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con mayor grado de factibilidad para la exportación del producto.</b></p> <p><b>V.- Información comercial del producto-mercado potencial de exportación.</b> <i>Se elabora un cuestionario de los indicadores comerciales del producto en los mercados de exportación seleccionados que abarca:</i></p> <p>a). - Consumo per-cápita del producto</p> <p>b). - Demanda actual</p> <p>c). - Importaciones y exportaciones</p> <p>d). Participación de exportadores mexicanos en el movimiento comercial del producto-mercados de exportación (Producción + Importaciones – Exportaciones=Tamaño del Mercado)</p> <p>e). - Competencia local-foránea</p> <p>f). -Tarifas- impuestos a los que están sujetos los productos</p> <p>g). - Legislación aplicable al producto</p> <p>h). - Contingentes-cupos impuestos al producto</p> <p>i). - Barreras no arancelarias</p> <p>j). -Precios internacionales</p>



			<p><b>VI.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más ventajosas para la exportación del producto.</b></p> <p><b>VII.- Tabla Integral comparativa y análisis de los indicadores de la información general y comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más viable para la exportación del producto.</b>  <i>En algunas variables no presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio  Fundamenta con precisión los Análisis y Reportes de la Información General y Comercial del producto-mercados estudiados  Analiza y fundamenta la decisión final del mercado con mayor grado de factibilidad de comercialización  Cumplimiento de los requisitos establecidos al 70%</i></p>
6	Elemental		<p><i>Selecciona correctamente el producto y mercados seleccionados para su estudio.  Entrega en tiempo y forma, presenta algunos errores de ortografía  Trabajo colaborativo respetando roles asignados  Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</i></p> <p><b>I.- Selección del producto</b>  <i>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.  b). - Descripción técnica  c). - Clasificación arancelaria  d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)  e). - Producción del producto a nivel nacional  f). - Importaciones y exportaciones del producto por México  g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</i></p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b>  <i>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecté una demanda real sobre el producto  Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio.</i></p> <p><b>III.- Información general de los mercados potenciales de exportación.</b> <i>Se elabora un cuestionario que incluya un análisis PEST, que abarque indicadores políticos, económicos, social y tecnológicos, así como geografía, clima, perfil y comportamiento del comprador, infraestructura en vías de acceso, transportación, comunicación, normativa publicitaria, desempeño logístico, inversión extranjera, estrategias de internacionalización, informe global de competitividad.</i></p> <p><b>IV.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información general de los tres mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con mayor grado de factibilidad para la exportación del producto.</b></p> <p><b>V.- Información comercial del producto-mercado potencial de exportación.</b> <i>Se elabora un cuestionario de los indicadores comerciales del producto en los mercados de exportación seleccionados que abarca:</i>  <i>a). - Consumo per-cápita del producto  b). - Demanda actual  c). - Importaciones y exportaciones  d). Participación de exportadores mexicanos en el movimiento comercial del producto-mercados de exportación (Producción + Importaciones – Exportaciones=Tamaño del Mercado)  e). - Competencia local-foránea  f). - Tarifas- impuestos a los que están sujetos los productos</i></p>





			<p>g). - Legislación aplicable al producto  h). - Contingentes-cupos impuestos al producto  i). - Barreras no arancelarias  j). -Precios internacionales</p> <p><b>VI.- Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más ventajosas para la exportación del producto.</b></p> <p><b>VII.- Tabla Integral comparativa y análisis de los indicadores de la información general y comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más viable para la exportación del producto.</b>  En algunas variables no presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio  Fundamenta con baja precisión los Análisis y Reportes de la Información General y Comercial del producto-mercados estudiados  No Analiza y fundamenta la decisión final del mercado con mayor grado de factibilidad de comercialización  Cumplimiento de los requisitos establecidos al 60%</p>
	NA	Aún no competente	<p>No Selecciona correctamente el producto y mercados seleccionados para su estudio.  No Entrega en tiempo y forma, presenta algunos errores de ortografía  No Trabajo colaborativo respetando roles asignados  No Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</p> <p><b>No presenta Información completa de la información general de los mercados potenciales de exportación.</b> Se elabora un cuestionario que incluya un análisis PEST, que abarque indicadores políticos, económicos, social y tecnológicos, así como geografía, clima, perfil y comportamiento del comprador, infraestructura en vías de acceso, transportación, comunicación, normativa publicitaria, inversión extranjera. desempeño logístico, estrategias de negociación, informe global de competitividad.</p> <p><b>No desarrolla y analiza tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información general de los tres mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con mayor grado de factibilidad para la exportación del producto.</b></p> <p><b>No realiza de manera completa la información comercial del producto-mercado potencial de exportación.</b> Se elabora un cuestionario de los indicadores comerciales del producto en los mercados de exportación seleccionados que abarca:</p> <p>a). - Consumo per-cápita del producto  b). - Demanda actual  c). - Importaciones y exportaciones  d). Participación de exportadores mexicanos en el movimiento comercial del producto-mercados de exportación (Producción + Importaciones – Exportaciones=Tamaño del Mercado)  e). - Competencia local-foránea  f). -Tarifas- impuestos a los que están sujetos los productos  g). - Legislación aplicable al producto  h). - Contingentes-cupos impuestos al producto  i). - Barreras no arancelarias  j). -Precios internacionales</p> <p><b>No desarrolla y analiza tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más ventajosas para la exportación del producto.</b></p> <p><b>No desarrolla y analiza tabla Integral comparativa y análisis de los indicadores de la información general y comercial producto- mercados de exportación, presenta propuesta del mercado con condiciones más viable para la exportación del producto.</b></p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

Secretaría  
Académica

			<p><i>En algunas variables no presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio Fundamenta con nula precisión los Análisis y Reportes de la Información General y Comercial del producto-mercados estudiados No Analiza y fundamenta la decisión final del mercado con mayor grado de factibilidad de comercialización Cumplimiento de los requisitos establecidos al 50%</i></p>
--	--	--	---



**UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

<b>NÚMERO Y NOMBRE</b>	<i>I.-Oportunidades en el comercio Internacional</i>				
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO</b>	<i>Desarrolla reporte individual de los factores que impulsan y afectan las oportunidades comerciales internacionales, en concreto realizará una investigación de los contingentes - cupos actuales unilaterales aplicados a productos nacionales por el gobierno mexicano, así como las principales decisiones que el empresario debe considerar para adentrarse al comercio exterior, ubicando en este contexto la necesidad de desarrollar una investigación de mercados internacionales.</i>				
<b>TIEMPO/DURACIÓN</b>	<i>5 horas (una semana)</i>				
<b>DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS</b>	<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>			<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>
	<b>Estrategia</b>	<b>Actividades de Enseñanza</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>		
<b>Oportunidades en el comercio Internacional</b> 1.1. Encuadre de la asignatura 1.2. El Comercio Internacional 1.3. Impulsores y limitantes del comercio internacional 1.4. La Balanza Comercial de México 1.5 ¿Porque es conveniente exportar? 1.6 Decisiones que debe considerar un empresario para adentrarse al comercio internacional	1. Expositiva en Teams 2. Demostrativa 3. Lectura y análisis de bibliografía 4. Aprendizaje Colaborativo. Foro y chat académico	1. Encuadre 2. Exposición de contenidos 3. Proporciona Instrucciones para la elaboración del trabajo de investigación sobre los contingentes/cupos que aplica el Gobierno de México a los importadores que deseen introducir productos y / o mercancías al país 4. Retroalimenta al alumno en el desarrollo del trabajo sobre contingentes/cupos	<b>Apertura:</b> 1.- Elaborar un organizador gráfico con palabras claves <b>Desarrollo:</b> 2.- Investigar lectura de los contenidos específicos del módulo. 3.- Investigar en organismos internacionales de comercio exterior y dependencias nacionales que regulan las actividades de negocios internacionales los contingentes / cupos actuales que se aplican a importadores de productos y/o mercancías <b>Cierre:</b> 4.- Reflexión grupal físico y/o digital	1. Rúbrica para evaluar reporte individual	Computadora Internet Microsoft Office Teams de la asignatura Apoyos impresos (Apuntes de la materia, Diapositivas) Manual de prácticas de Investigación de mercados internacionales (Autor: H. Hermosillo R. 2021) Hemeroteca Virtual (OMC= ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO, SIICEX, SECRETARIA DE ECONOMIA). Asesoría

**EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

<b>PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO</b>	<b>NIVELES DE DOMINIO</b>		<b>CRITERIOS DE DESEMPEÑO</b>
<i>Reporte individual de trabajo de manera física y/o digital de la Investigación sobre los factores que impulsan y limitan el comercio internacional y en concreto los contingentes /cupos de productos nacionales unilaterales aplicables por el gobierno de México.</i>	<b>10</b>	<b>COMPETENTE</b>	<i>Entrega reporte individual en tiempo y forma.            El documento no presenta errores de ortografía            La redacción del documento es clara            El reporte individual presenta de manera correcta y completa:            a). - Construcción del concepto del comercio internacional, su importancia, impulsores y limitantes, balanza comercial,            b). - Estatus de la balanza comercial del país en los últimos 15 años, y            c). - principales decisiones que deben considerarse al entrar al comercio internacional            d). - contingentes/cupos que aplica el gobierno de México, identificando los productos y cantidades anual inicial y final en toneladas que se permiten recibir de los mercados internacionales.            Cumplir con el 100% de los requisitos de entrega establecidos</i>



	9	SATISFACTORIO	<p>Entrega reporte individual en tiempo y forma. El documento presenta errores de ortografía La redacción del documento es clara Logra correctamente construir el concepto del comercio internacional, su importancia, impulsores y limitantes, balanza comercial, estatus de la balanza comercial del país en los últimos 15 años, l las principales decisiones que deben considerarse al entrar al comercio internacional</p> <p>El reporte individual presenta de manera correcta y completa:</p> <p>a). - Construcción del concepto del comercio internacional, su importancia, impulsores y limitantes, balanza comercial, b). - Estatus de la balanza comercial del país en los últimos 15 años, y c). - principales decisiones que deben considerarse al entrar al comercio internacional d). - contingentes/cupos que aplica el gobierno de México, identificando los productos y cantidades anual inicial y final en toneladas que se permiten recibir de los mercados internacionales.</p> <p>Cumplir con el 90 % de los requisitos de entrega establecidos</p>
	8	SUFICIENTE	<p>Entrega reporte individual en tiempo y forma. El documento no presenta errores de ortografía La redacción del documento no es clara El reporte individual no presenta de manera correcta y completa:</p> <p>a). - Construcción del concepto del comercio internacional, su importancia, impulsores y limitantes, balanza comercial, b). - Estatus de la balanza comercial del país en los últimos 15 años, y c). - principales decisiones que deben considerarse al entrar al comercio internacional d). - contingentes/cupos que aplica el gobierno de México, identificando los productos y cantidades anual inicial y final en toneladas que se permiten recibir de los mercados internacionales.</p> <p>Cumplir con el 80 % de los requisitos de entrega establecidos</p>
	7	BASICO	<p>Entrega reporte individual en tiempo y forma El documento presenta errores de ortografía La redacción del documento no es clara El reporte individual no presenta de manera correcta y completa:</p> <p>a). - Construcción del concepto del comercio internacional, su importancia, impulsores y limitantes, balanza comercial, b). - Estatus de la balanza comercial del país en los últimos 15 años, y c). - principales decisiones que deben considerarse al entrar al comercio internacional d). - No presenta datos actualizados de los contingentes/cupos que aplica el gobierno de México, identificando los productos y cantidades anual inicial y final en toneladas que se permiten recibir de los mercados internacionales.</p> <p>Cumplir con el 70 % de los requisitos de entrega establecidos</p>
	6	ELEMENTAL	<p>No Entrega reporte individual completo El documento presenta errores de ortografía La redacción del documento no es poco clara El reporte individual no presenta de manera correcta y completa:</p> <p>a). - Construcción del concepto del comercio internacional, su importancia, impulsores y limitantes, balanza comercial, b). - Estatus de la balanza comercial del país en los últimos 15 años, y c). - principales decisiones que deben considerarse al entrar al comercio internacional d). - No presenta datos actualizados de los contingentes/cupos que aplica el gobierno de México, identificando los productos y cantidades anual inicial y final en toneladas que se permiten recibir de los mercados internacionales.</p> <p>Cumplir con el 60 % de los requisitos de entrega establecidos</p>
	NA	AÚN NO	No Entrega reporte individual completo



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

Secretaría Académica

		<p><b>COMPETENTE</b></p>	<p><i>El documento presenta errores de ortografía</i>  <i>La redacción del documento no es clara</i>  <i>El reporte individual no presenta de manera correcta y completa:</i>  <i>a). - Construcción del concepto del comercio internacional, su importancia, impulsores y limitantes, balanza comercial,</i>  <i>b). - Estatus de la balanza comercial del país en los últimos 15 años, y</i>  <i>c). - principales decisiones que deben considerarse al entrar al comercio internacional</i>  <i>d). - No presenta datos actualizados de los contingentes/cupos que aplica el gobierno de México, identificando los productos y cantidades anual inicial y final en toneladas que se permiten recibir de los mercados internacionales.</i>  <i>Cumplir con el 50 % de los requisitos de entrega establecidos</i></p>
<p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b></p>	<p><b>PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL</b> (reporte de contingentes unilaterales aplicados por gobierno de México)</p>		<p><b>7.5%</b></p>



**UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

<b>NÚMERO Y NOMBRE</b>	II.- Metodología de la Investigación de Mercados Internacionales				
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO</b>	Desarrolla Informe por escrito de la elección del producto nacional que se estudiará y selección de tres mercados potenciales de exportación que presentan una demanda real así el mismo.				
<b>TIEMPO/DURACIÓN</b>	15 horas (tres semanas)				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
<p><b>Metodología de la Investigación de Mercados Internacionales</b></p> <p>2.1.- Definición de Investigación de mercados internacionales</p> <p>2.2.-Diferencias entre investigación de mercados nacional e internacional</p> <p>2.3.- La Investigación de mercados internacionales ¿un análisis ininterrumpido?</p> <p>2.4- Proceso de la Investigación de mercados internacionales</p> <p>2.4.1.- Definición del problema y objetivos (PRODUCTO-MERCADO)</p> <p>2.4.2.-Fuentes de Información</p> <p>2.4.3.- Métodos para recopilar la información</p> <p>2.4.3.1.- Información general del mercado potencial de exportación</p> <p>2.4.3.2.- Información comercial producto - mercado potencial de exportación</p> <p>2.4.4.- Obtención y tratamiento de la información</p> <p>2.4.5.- Conclusiones y/o recomendaciones</p> <p>2.4.6. - Preparación del informe final</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Expositiva en Teams</li> <li>(clases, sesión informativa)</li> <li>Demostrativa</li> <li>Aprendizaje basado en Proyectos.</li> <li>Aprendizaje Colaborativo.</li> <li>Chat académico (discusión global)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Proporciona Instrucciones para realización de la práctica No.1 -Elección del producto apoyada en organismos dedicados al comercio exterior</li> <li>Práctica No.2.- Selección de mercados potenciales de exportación que presenten una demanda real del producto nacional, basado en bancos de datos especializados</li> <li>Guía al alumno en el desarrollo de las prácticas.</li> <li>Retroalimenta al alumno en el desarrollo de las prácticas.</li> </ol>	<p><b>Apertura:</b></p> <p>1.- Recapitulación</p> <p><b>Desarrollo:</b></p> <p>2.- Investigación documental (Investigar en las páginas electrónicas de PROMEXICO, SIAVI Sistema de Información de Información arancelaria vía internet, SIICEX, Trade Map</p> <p>3.- Elección de un producto nacional para exportar</p> <p>4.- Selección de tres mercados potenciales de exportación que presenten una demanda real del producto.</p> <p><b>Cierre:</b></p> <p>5.- Reflexión grupal físico y/o digital</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Rúbrica para evaluar prácticas No. 1 y No.2</li> <li>Lista de cotejo avance del proyecto</li> <li>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</li> </ol>	<p>Computadora</p> <p>Internet</p> <p>Microsoft Office</p> <p>Teams de la asignatura</p> <p>Apoyos impresos (Apuntes de la materia, Diapositivas)</p> <p>Manual de prácticas de Investigación de mercados internacionales (Autor: H. Hermosillo R. 2021)</p> <p>Hemeroteca Virtual (PROMEXICO, SIAVI, SIICEX).</p> <p>PROMEXICO - INVERSIÓN Y COMERCIO <a href="http://www.promexico.mx">www.promexico.mx</a></p> <p><a href="http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/">http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/</a></p> <p><b>Sistema integral de información del comercio exterior.</b></p> <p>Sistema de Información Comercial Vía Internet ( SIAVI)</p> <p><a href="http://www.economia-snci.gob.mx/">www.economia-snci.gob.mx/</a></p> <p>Secretarías de Economía, Agricultura y Desarrollo Rural</p> <p>Asesoría</p>



EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p><i>Informe por escrito digital de la práctica: No. 1 (selección del producto nacional de exportación)</i></p> <p><i>Informe por escrito digital de la Práctica No. 2 (Selección 3 de mercados potenciales de exportación en tres regiones distintas del mundo: Europa, América, Asia) donde se detecte una demanda real del producto exportador, presentando el informe de manera digital).</i></p>	10	COMPETENTE	<p><i>Entrega informes en tiempo y forma, sin errores de ortografía</i>  <i>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</i>  <i>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</i>  <i>Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</i>  <i>Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</i></p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p> <p><i>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.</i>  <i>b). - Descripción técnica</i>  <i>c). - Clasificación arancelaria</i>  <i>d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)</i>  <i>e). - Producción del producto a nivel nacional</i>  <i>f). - Importaciones y exportaciones del producto por México</i>  <i>g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</i></p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b></p> <p><i>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecté una demanda real sobre el producto</i>  <i>Analiza correctamente la información obtenida</i>  <i>Cumplimiento de los requisitos al 100%</i></p>
	9	SATISFACTORIO	<p><i>Entrega informes en tiempo y forma, sin errores de ortografía</i>  <i>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</i>  <i>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</i>  <i>Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</i>  <i>Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</i></p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p> <p><i>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.</i>  <i>b). - Descripción técnica</i>  <i>c). - Clasificación arancelaria</i>  <i>d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)</i>  <i>e). - Producción del producto a nivel nacional</i>  <i>f). - Importaciones y exportaciones del producto por México</i>  <i>g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</i></p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b></p> <p><i>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecté una demanda real sobre el producto</i>  <i>Analiza correctamente la información obtenida</i>  <i>Cumplimiento de los requisitos al 90 %</i></p>
	8	SUFICIENTE	<p><i>Entrega informes en tiempo y forma, sin errores de ortografía</i>  <i>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</i>  <i>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</i></p>



			<p>Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio          Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p> <p>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.          b). - Descripción técnica          c). - Clasificación arancelaria          d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)          e). - Producción del producto a nivel nacional          f). - Importaciones y exportaciones del producto por México          g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b></p> <p>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecté una demanda real sobre el producto          Analiza correctamente la información obtenida          Cumplimiento de los requisitos al 80 %</p>
7	BASICO		<p>Entrega informes en tiempo y forma, sin errores de ortografía          Trabajo colaborativo respetando roles asignados          Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados          Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio          Contiene de manera completa los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p> <p>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.          b). - Descripción técnica          c). - Clasificación arancelaria          d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)          e). - Producción del producto a nivel nacional          f). - Importaciones y exportaciones del producto por México          g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b></p> <p>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecté una demanda real sobre el producto          Analiza correctamente la información obtenida          Cumplimiento de los requisitos al 70 %</p>
6	ELEMENTAL		<p>No presenta informes en tiempo y forma          No evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados          No presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio          Contiene de manera incompleta los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p> <p>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.          b). - Descripción técnica          c). - Clasificación arancelaria          d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)          e). - Producción del producto a nivel nacional          f). - Importaciones y exportaciones del producto por México</p>





			<p>g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b></p> <p>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecte una demanda real sobre el producto</p> <p>Analiza incorrectamente la información obtenida</p> <p>Cumplimiento de los requisitos al 60 %</p>
	NA	AÚN NO COMPETENTE	<p>No presenta informes en tiempo y forma</p> <p>No evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</p> <p>No presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</p> <p>Contiene de manera incompleta los aspectos requeridos en el proyecto de investigación de mercados internacionales:</p> <p><b>I.- Selección del producto</b></p> <p>a). - Justificación en la elección del producto nacional para el estudio.</p> <p>b). - Descripción técnica</p> <p>c). - Clasificación arancelaria</p> <p>d). - Información mundial sobre el producto (producción, exportación e importación)</p> <p>e). - Producción del producto a nivel nacional</p> <p>f). - Importaciones y exportaciones del producto por México</p> <p>g). - Lista de exportadores mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece)</p> <p><b>II.- Selección del mercado de exportación</b></p> <p>a). - Elección de 3 mercados potenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceanía) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecte una demanda real sobre el producto</p> <p>Analiza incorrectamente la información obtenida</p> <p>Cumplimiento de los requisitos al 50 %</p>
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	<p>ACTIVIDADES REALIZADAS: Práctica No.1 Selección del producto. Práctica No. 2 Selección de Mercados Meta</p> <p>PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS ( participación grupal: prácticas No.1 y No.2 de la investigación de mercados int)</p>		<p>2%</p> <p>2/7.5%</p>



**UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

<b>NÚMERO Y NOMBRE</b>	III. Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)				
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO</b>	Desarrolla Informe por escrito digital de la información general de mercados potenciales de exportación (país), en relación a aspectos de la situación política, económica, social y tecnológica (PEST) y de otros factores como la geografía, clima, perfil y comportamiento del consumidor, comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, principios fundamentales de la normativa publicitaria, contextualizados a través de una serie de indicadores, Construye y analiza tabla comparativa de los indicadores de la información general, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación de una organización.				
<b>TIEMPO/DURACIÓN</b>	20 horas (cuatro semanas)				
<b>DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS</b>	<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>			<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>
	<b>Estrategia</b>	<b>Actividades de Enseñanza</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>		
<p><b>Información general del mercado potencial de exportación.</b></p> <p><b>Perfil del país</b> La ficha técnica debe contener:</p> <p>3.1.-Ámbito económico</p> <p>3.2.-Ámbito político</p> <p>3.3.-Ámbito social- cultural y tecnológico</p> <p>3.4.-Diversos Ámbitos: geográfico, clima perfil y comportamiento del comprador, comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, principios fundamentales de la normativa publicitaria</p> <p>3.5.- Afinidad comercial (antecedentes comerciales con México)</p> <p>3.6 Índice de Desempeño logístico (LPI)</p> <p>3.7.- Diseño y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información general de los mercados potenciales de exportación.</p>	<p>1. Expositiva en Teams</p> <p>1 (clases, sesión informativa)</p> <p>2 Demostrativa</p> <p>3 Aprendizaje basado en Proyectos.</p> <p>4 Aprendizaje Colaborativo.</p> <p>5 Chat académico (discusión global)</p>	<p>1. Proporciona Instrucciones para realización de las prácticas No.3 y entrega a cada equipo el "Cuestionario Información general del mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores</p> <p>2. Guía al alumno en chat académico sobre la operativa de cómo acceder a las distintas bases de datos para obtener la información de los indicadores económicos, políticos, geográficos, sociales, negociación, desempeño logístico, inversión extranjera, que conforman la información general de un mercado de exportación</p> <p>3. Guía al alumno en la elaboración y evaluación de una tabla comparativa de indicadores.</p>	<p><b>Apertura:</b> Lluvia de Ideas</p> <p><b>Desarrollo:</b></p> <p>1. Investigación Documental (Investigar una serie de indicadores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, (PEST), así como geográficos, clima, perfil del comprador, comercio exterior, infraestructura de los tres mercados potenciales de exportación, consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios internacionales.</p> <p>2.- Análisis de la información recopilada por cada mercado potencial de exportación (práctica 3)</p> <p>3.-Elaboración de una tabla comparativa, integrando la información de indicadores de los tres mercados potenciales de exportación y realiza una evaluación objetiva a través de un método diseñado exprofeso.</p> <p>4.- Análisis de la tabla comparativa y presentación de informe del mercado de exportación que ofrece</p>	<p>1. Rúbrica para evaluar información general de los mercados potenciales de exportación</p> <p>2. Lista de cotejo avance del proyecto de investigación de mercados internacionales</p> <p>3. Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</p>	<p>Computadora</p> <p>Internet</p> <p>Microsoft Office</p> <p>Teams de la asignatura</p> <p>Hemeroteca Virtual</p> <p><a href="http://www.indexmundi.com">www.indexmundi.com</a></p> <p><a href="http://www.cia.worldfactbook">www.cia.worldfactbook</a></p> <p><a href="http://www.atlamundi">www.atlamundi</a></p> <p><a href="http://www.theodora.com/flag">www.theodora.com/flag</a></p> <p><a href="http://www.geographic.com">www.geographic.com</a></p> <p><a href="http://www.promexico.mx">www.promexico.mx</a></p> <p><a href="http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/">http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/</a></p> <p><b>sistema integral de información del comercio exterior.</b></p> <p><a href="http://www.icex.es/icex">www.icex.es/icex</a> Redes de oficinas económicas y comerciales de España en el exterior.</p> <p><a href="http://www.globalnegotiator.com/es">www.globalnegotiator.com/es</a></p> <p>Negociaciones Globales ver ícono infotrade. ( información de países, estadísticas internacionales, estudios de mercados, aranceles y barreras, logística, marcas, patentes, legislación, directorio de empresas)</p> <p><a href="http://www.promueve.gob.bo/ppais.aspx">www.promueve.gob.bo/ppais.aspx</a></p> <p><b>perfiles de mercados de exportación (Perfil país oportunidades de negocio).</b></p> <p>Compañías Mundiales que miden el riesgo político.</p> <p>COFACE –Compañía Francesa de Seguros para el Comercio Exterior</p> <p><a href="http://www.coface.com.mx">www.coface.com.mx</a></p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

		Retroalimenta al alumno en el análisis de la tabla comparativa de indicadores.	condiciones más ventajosas para el exportador. ( <b>práctica 4</b> ) <b>Cierre:</b> Organizador gráfico visual		<p>-OCDE- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico <a href="http://www.oecd.org">www.oecd.org</a></p> <p>- CESCE- Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación. <a href="http://www.cesce.es">www.cesce.es</a></p> <p>Foro económico mundial-Índices de competitividad <a href="http://www.weforum.org">www.weforum.org</a> Apoyos impresos (Apuntes, Diapositivas) Asesoría</p>
--	--	--	--	--	---

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p><i>Informe por escrito digital de la Información General de los indicadores de los ámbitos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, (PEST), así como geográficos, clima, perfil del comprador, comercio exterior, infraestructura de los 3 mercados potenciales de exportación (práctica No.3).</i></p> <p><i>Construye y analiza de manera digital la tabla comparativa de los indicadores de la información general, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación (práctica 4).</i></p>	<p>10</p> <p>COMPETENTE</p>	<p><i>Presenta el informe físico y/o digital de los indicadores de los mercados potenciales de exportación en tiempo y forma</i> <i>La redacción del documento es clara</i> <i>El trabajo no presenta errores de ortografía</i> <i>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</i> <i>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</i> <i>Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</i> <i>Contiene de manera completa informe general de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:</i></p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p><b>I.- DATOS GENERALES DEL PAIS</b></p> <p>a). - Nombre oficial, localización, extensión territorial, división étnica, idioma, clima, mapa)</p> <p>b). - Población (estructura por edad y sexo).</p> <p>c). - Perfil del comprador final (comportamiento, características del comprador)</p> <p>d). - Segmento de mercado (mercado meta, real, potencial, cuantificación)</p> <p><b>II.- ÁMBITO POLÍTICO LEGAL</b></p> <p>a). - Forma de gobierno.</p> <p>b). - Partidos políticos</p> <p>c). - Días festivos</p> <p>d). - Bandera, tipo de moneda</p> <p>e). - Riesgo político.</p> <p>f).- Bloques comerciales, formas de integración, Tratados, Acuerdos</p> <p><b>III.- ÁMBITO ECONÓMICO</b></p> <p>a). - Ingreso per-cápita</p> <p>b). - Tasa de crecimiento económico</p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

			<p>c). - Gastos de consumo por productos  d)-Principales sectores económicos.  e). - Total de importaciones/exportaciones con el mundo  f). - Relación comercial bilateral con México  g). - Inversión extranjera Mercado de Exportación- México  h). - Empresas Importadoras-Exportadoras  <b>IV.- VÍAS DE ACCESO</b>  a). - Infraestructura: Transportación y Comunicación.  b). - Información sobre lineamientos publicitarios  c). Desempeño Logístico  d). - Negociación  Elabora y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información general de los 3 mercados potenciales para exportar  Cumplimiento de los requisitos al 100%</p>
9	SATISFACTORIO		<p>Presenta el informe digital de los indicadores de los mercados potenciales de exportación en tiempo y forma  La redacción del documento es clara  El trabajo no presenta errores de ortografía  Trabajo colaborativo respetando roles asignados  Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados  Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio  Contiene de manera completa informe general de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:  <b>INDICADORES</b>  <b>I.- DATOS GENERALES DEL PAIS</b>  a). - Nombre oficial, localización, extensión territorial, división étnica, idioma, clima, mapa)  b). - Población (estructura por edad y sexo).  c). - Perfil del comprador final (comportamiento, características del comprador)  d). - Segmento de mercado (mercado meta, real, potencial, cuantificación)  <b>II.- ÁMBITO POLÍTICO LEGAL</b>  a). - Forma de gobierno.  b). - Partidos políticos  c). - Días festivos  d). - Bandera, tipo de moneda  e). - Riesgo político.  f).- Bloques comerciales, formas de integración, Tratados, Acuerdos  <b>III.- ÁMBITO ECONÓMICO</b>  a). - Ingreso per-cápita  b). - Tasa de crecimiento económico  c). - Gastos de consumo por productos  d)-Principales sectores económicos.  e). - Total de importaciones/exportaciones con el mundo  f). - Relación comercial bilateral con México  g). - Inversión extranjera Mercado de Exportación- México  h). - Empresas Importadoras-Exportadoras  <b>IV.- VÍAS DE ACCESO</b></p>



			<p>a). - Infraestructura: Transportación y Comunicación.  b). - Información sobre lineamientos publicitarios  c). Desempeño Logístico  d). - Negociación  Elabora y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información general de los 3 mercados potenciales para exportar  Cumplimiento de los requisitos al 90 %</p>
	8	SUFICIENTE	<p>Presenta el informe digital de los indicadores de los mercados potenciales de exportación en tiempo y forma  La redacción del documento es clara  El trabajo no presenta errores de ortografía  Trabajo colaborativo respetando roles asignados  Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados  Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio  Contiene de manera completa informe general de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:  <b>INDICADORES</b>  <b>I.- DATOS GENERALES DEL PAIS</b>  a). - Nombre oficial, localización, extensión territorial, división étnica, idioma, clima, mapa)  b). - Población (estructura por edad y sexo).  c). - Perfil del comprador final (comportamiento, características del comprador)  d). - Segmento de mercado (mercado meta, real, potencial, cuantificación)  <b>II.- ÁMBITO POLÍTICO LEGAL</b>  a). - Forma de gobierno.  b). - Partidos políticos  c). - Días festivos  d). - Bandera, tipo de moneda  e). - Riesgo político.  f).- Bloques comerciales, formas de integración, Tratados, Acuerdos  <b>III.- ÁMBITO ECONÓMICO</b>  a). - Ingreso per-cápita  b). - Tasa de crecimiento económico  c). - Gastos de consumo por productos  d)-Principales sectores económicos.  e). - Total de importaciones/exportaciones con el mundo  f). - Relación comercial bilateral con México  g). - Inversión extranjera Mercado de Exportación- México  h). - Empresas Importadoras-Exportadoras  <b>IV.- VÍAS DE ACCESO</b>  a). - Infraestructura: Transportación y Comunicación.  b). - Información sobre lineamientos publicitarios  c). Desempeño Logístico  d). - Negociación  Elabora y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información general de los 3 mercados potenciales para exportar  Cumplimiento de los requisitos al 80 %</p>



	7	BASICO	<p>Presenta el informe digital de los indicadores de los mercados potenciales de exportación en tiempo y forma          La redacción del documento es clara          El trabajo no presenta errores de ortografía          Trabajo colaborativo respetando roles asignados          Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados          Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio          Contiene de manera completa informe general de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p><b>I.- DATOS GENERALES DEL PAIS</b></p> <p>a). - Nombre oficial, localización, extensión territorial, división étnica, idioma, clima, mapa)          b). - Población (estructura por edad y sexo).          c). - Perfil del comprador final (comportamiento, características del comprador)          d). - Segmento de mercado (mercado meta, real, potencial, cuantificación)</p> <p><b>II.- ÁMBITO POLÍTICO LEGAL</b></p> <p>a). - Forma de gobierno.          b). - Partidos políticos          c). - Días festivos          d). - Bandera, tipo de moneda          e). - Riesgo político.          f). - Bloques comerciales, formas de integración, Tratados, Acuerdos</p> <p><b>III.- ÁMBITO ECONÓMICO</b></p> <p>a). - Ingreso per-cápita          b). - Tasa de crecimiento económico          c). - Gastos de consumo por productos          d)-Principales sectores económicos.          e). - Total de importaciones/exportaciones con el mundo          f). - Relación comercial bilateral con México          g). - Inversión extranjera Mercado de Exportación- México          h). - Empresas Importadoras-Exportadoras</p> <p><b>IV.- VÍAS DE ACCESO</b></p> <p>a). - Infraestructura: Transportación y Comunicación.          b). - Información sobre lineamientos publicitarios          c). Desempeño Logístico          d). - Negociación</p> <p>Elabora y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información general de los 3 mercados potenciales para exportar          Cumplimiento de los requisitos al 70 %</p>
	6	ELEMENTAL	<p>No presenta el informe digital completo sobre los indicadores de los mercados potenciales de exportación en tiempo y forma          La redacción del documento no es clara          El trabajo presenta demasiados errores de ortografía          No Evidencia el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información de los indicadores          No presenta información actualizada de algunos indicadores          Contiene de manera incompleta informe general de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:</p> <p><b>INDICADORES</b></p>



			<p><b>I.- DATOS GENERALES DEL PAIS</b>  a). - Nombre oficial, localización, extensión territorial, división étnica, idioma, clima, mapa)  b). - Población (estructura por edad y sexo).  c). - Perfil del comprador final (comportamiento, características del comprador)  d). - Segmento de mercado (mercado meta, real, potencial, cuantificación)  <b>II.- ÁMBITO POLÍTICO LEGAL</b>  a). - Forma de gobierno.  b). - Partidos políticos  c). - Días festivos  d). - Bandera, tipo de moneda  e). - Riesgo político.  f). - Bloques comerciales, formas de integración, Tratados, Acuerdos  <b>III.- ÁMBITO ECONÓMICO</b>  a). - Ingreso per-cápita  b). - Tasa de crecimiento económico  c). - Gastos de consumo por productos  d)-Principales sectores económicos.  e). - Total de importaciones/exportaciones con el mundo  f). - Relación comercial bilateral con México  g). - Inversión extranjera Mercado de Exportación- México  h). - Empresas Importadoras-Exportadoras  <b>IV.- VÍAS DE ACCESO</b>  a). - Infraestructura: Transportación y Comunicación.  b). - Información sobre lineamientos publicitarios  c). Desempeño Logístico  d). - Negociación  Elabora y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información general de los 3 mercados potenciales para exportar  Cumplimiento de los requisitos al 60 %</p>
	NA	AÚN NO COMPETENTE	<p>No presenta el informe digital completo sobre los indicadores de los mercados potenciales de exportación en tiempo y forma  La redacción del documento no es clara  El trabajo presenta demasiados errores de ortografía  No Evidencia el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información de los indicadores  No presenta información actualizada de algunos indicadores  Contiene de manera incompleta informe general de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:  <b>INDICADORES</b>  <b>I.- DATOS GENERALES DEL PAIS</b>  a). - Nombre oficial, localización, extensión territorial, división étnica, idioma, clima, mapa)  b). - Población (estructura por edad y sexo).  c). - Perfil del comprador final (comportamiento, características del comprador)  d). - Segmento de mercado (mercado meta, real, potencial, cuantificación)  <b>II.- ÁMBITO POLÍTICO LEGAL</b>  a). - Forma de gobierno.</p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

- b). - Partidos políticos
- c). - Días festivos
- d). - Bandera, tipo de moneda
- e). - Riesgo político.
- f). - Bloques comerciales, formas de integración, Tratados, Acuerdos

**III.- ÁMBITO ECONÓMICO**

- a). - Ingreso per-cápita
- b). - Tasa de crecimiento económico
- c). - Gastos de consumo por productos
- d)-Principales sectores económicos.
- e). - Total de importaciones/exportaciones con el mundo
- f). - Relación comercial bilateral con México
- g). - Inversión extranjera Mercado de Exportación- México
- h). - Empresas Importadoras-Exportadoras

**IV.- VÍAS DE ACCESO**

- a). - Infraestructura: Transportación y Comunicación.
- b). - Información sobre lineamientos publicitarios
- c). Desempeño Logístico
- d). - Negociación

Elabora y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información general de los 3 mercados potenciales para exportar

Cumplimiento de los requisitos al 50 %

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<p><b>EVALUACIÓN ESCRITA</b> (primera evaluación: unidades I,II, II)</p> <p><b>ACTIVIDADES REALIZADAS:</b> Práctica No3. Información Gral. Práctica No. 4 Tabla comparativa</p> <p><b>PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS</b> (participación grupal: prácticas No.3 y No.4 de la investigación de mercados int)</p>	<p><b>10/20%</b></p> <p><b>2%</b></p> <p><b>2/7.5%</b></p>





**UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

<b>NÚMERO Y NOMBRE</b>	IV.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (potencial de venta, tamaño y expansión del mercado)				
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO</b>	<p>Desarrolla Informe por escrito digital de la información comercial de los mercados potenciales de exportación de indicadores relacionados con la comercialización de productos similares al que se desea exportar, que permita identificar el potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, producción local, competencia , importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian.</p> <p>Construye y analiza tabla comparativa de los indicadores de la información comercial del potencial de venta, tamaño actual y expansión del mercado, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación en una organización.</p>				
<b>TIEMPO/DURACIÓN</b>	20 horas (cuatro semanas)				
<b>DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS</b>	<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>			<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>
	<b>Estrategia</b>	<b>Actividades de Enseñanza</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>		
<p><b>Información comercial del producto-mercado potencial de exportación. (potencial de ventas, tamaño y expansión del mercado).</b></p> <p>4.1.- Segmentación del mercado</p> <p>4.2.- Tamaño del mercado- cuantificación</p> <p>4.3- Consumo per –cápita del producto</p> <p>4.4. – Demanda esperada del producto</p> <p>4.5.- Competencia local y foránea</p> <p>4.5.1. Producción local del producto</p> <p>4.5.2.- Importaciones y exportaciones del producto por el mercado meta seleccionado.</p> <p>4.5.2.1. Importaciones del producto por el mercado estudiado</p> <p>Principales mercados de origen de las importaciones</p> <p>Importaciones del producto procedentes de México</p> <p>(compras del producto procedentes de México)</p> <p>4.5.2.2. Exportaciones del producto por el mercado estudiado.</p> <p>Principales mercados de destino de las exportaciones</p> <p>Exportaciones del producto hacia México (ventas del producto hacia México)</p> <p>-4.5.2.3. - Balanza comercial del producto (importaciones y exportaciones)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Expositiva en Teams</li> <li>2. Demostrativa</li> <li>3. Aprendizaje basado en Proyectos.</li> <li>4. Aprendizaje Colaborativo.</li> <li>5. Chat Académico</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Proporciona Instrucciones para realización de las prácticas No.4 “Cuestionario de la Información comercial del mercado potencial de exportación” contextualizado a través de una serie de indicadores</li> <li>3. Guía al alumno en la elaboración y evaluación de una tabla comparativa de indicadores.</li> <li>4. Retroalimenta al alumno en el análisis de la tabla comparativa de indicadores.</li> </ol>	<p><b>Apertura:</b> Lluvia de Ideas</p> <p><b>Desarrollo:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigación Documental (Investiga serie de indicadores relacionados a la comercialización del producto en los mercados potenciales de exportación, que permita identificar el potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, producción local, competencia , importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian, consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios internacionales( práctica 5).</li> <li>2.- Recopilación fidedigna y actualizada de la información comercial sobre el producto por cada mercado potencial de exportación.</li> <li>3.-Construye la tabla comparativa, integrando la</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1- Rúbrica para evaluar información comercial del producto en los mercados potenciales de exportación</li> <li>2- Lista de cotejo avance del proyecto de investigación de mercados internacionales</li> <li>3.Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</li> </ol>	<p>Computadora</p> <p>Internet</p> <p>Microsoft Office</p> <p>Teams de la asignatura</p> <p>Hemeroteca Virtual :</p> <p><a href="http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/">www.promexico.mx</a></p> <p><a href="http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/">http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/</a> sistema integral de información del comercio exterior <a href="http://www.siicex.gob.pe">www.siicex.gob.pe</a></p> <p><a href="http://www.santandertrade.com">Barreras no arancelarias y regulaciones para exportar a distintos mercados</a></p> <p><a href="http://www.santandertrade.com">www.santandertrade</a></p> <p><a href="http://www.wto.org">Trade map .- Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado</a></p> <p><a href="http://www.wto.org">Market Access Map (mejorando la transparencia en el comercio internacional y el acceso a mercados)</a></p> <p><a href="http://www.wto.org">Invest map.- Oportunidades para la inversión extranjera directa</a></p> <p><a href="http://www.wto.org">www.wto.org Organización Mundial de Comercio</a></p> <p><a href="http://faostat.fao.org">http://faostat.fao.org</a> Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura</p> <p><a href="https://www.fda.gov/">https://www.fda.gov/</a> Administración de drogas y Alimentos de los E.U.</p>



<p>-4.5.3. % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.</p> <p><i>Producción local + Importaciones – Exportaciones = Tamaño del mercado (Anexo 1)</i></p> <p><i>Producción local + Importaciones procedentes de México – Exportaciones hacia México= % de participación de exportadores nacionales en el intercambio comercial del producto en mercado analizado (Anexo 2)</i></p>			<p>información de los indicadores comerciales de los tres mercados potenciales de exportación y procede a hacer una evaluación objetiva a través de un método diseñado exprofeso.</p> <p>4.- Efectúa un Análisis de la tabla comparativa y presenta un informe del mercado de exportación que ofrece condiciones más ventajosas para el exportador. (práctica 6)</p> <p><b>Cierre:</b> Organizador gráfico físico y/o digital</p>	<p>Apoyos impresos (Apuntes, Diapositivas) Asesoría del profesor al alumno y del alumno al exportador</p>
--	--	--	---	---

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p><i>Informe por escrito digital de la Información comercial del producto en los mercados potenciales de exportación. (práctica 5).</i></p> <p><i>Construye y analiza de manera digital la tabla comparativa de la información comercial de indicadores de los tres mercados potenciales de exportación y ofrece asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más factibles para abordarlo (práctica 6).</i></p>	<p>10</p> <p>COMPETENTE</p>	<p><i>Presenta el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma</i></p> <p><i>La redacción del documento es clara</i></p> <p><i>El trabajo no presenta errores de ortografía</i></p> <p><i>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</i></p> <p><i>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</i></p> <p><i>Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</i></p> <p><i>Contiene de manera completa informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación</i></p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.</p> <p>b). - Consumo del producto per- cápita.</p> <p>c). - Demanda estimada del producto.</p> <p>d). - Producción local</p> <p>e). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México</p> <p>f). - Competencia local y foránea.</p> <p>h). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.</p> <p><i>Producción local + Importaciones – Exportaciones = Tamaño del mercado (Anexo 1)</i></p> <p><i>Producción local + Importaciones procedentes de México – Exportaciones hacia México= % de participación de exportadores nacionales en el intercambio comercial del producto en mercado analizado (Anexo 2)</i></p>



			<p>Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar</p> <p>Cumplimiento de los requisitos al 100%</p>
9	SATISFACTORIO	<p>Presenta el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma</p> <p>La redacción del documento es clara</p> <p>El trabajo no presenta errores de ortografía</p> <p>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</p> <p>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</p> <p>Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</p> <p>Contiene de manera completa informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.</p> <p>b). - Consumo del producto per- cápita.</p> <p>c). - Demanda estimada del producto.</p> <p>d). - Producción local</p> <p>e). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México</p> <p>f). - Competencia local y foránea.</p> <p>h). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.</p> <p><math>Producción\ local + Importaciones - Exportaciones = Tamaño\ del\ mercado</math></p> <p>(Anexo 1)</p> <p><math>Producción\ local + Importaciones\ procedentes\ de\ México - Exportaciones\ hacia\ México = \% de\ participación\ de\ exportadores\ nacionales\ en\ el\ intercambio\ comercial\ del\ producto\ en\ mercado\ analizado</math></p> <p>(Anexo 2)</p> <p>Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar</p> <p>Cumplimiento de los requisitos al 90%</p>	
8	SUFICIENTE	<p>Presenta el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma</p> <p>La redacción del documento es clara</p> <p>El trabajo no presenta errores de ortografía</p> <p>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</p> <p>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</p> <p>Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</p> <p>Contiene de manera completa informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.</p> <p>b). - Consumo del producto per- cápita.</p> <p>c). - Demanda estimada del producto.</p> <p>d). - Producción local</p> <p>e). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México</p> <p>f). - Competencia local y foránea.</p> <p>h). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.</p> <p><math>Producción\ local + Importaciones - Exportaciones = Tamaño\ del\ mercado</math></p>	



			<p>(Anexo 1) Producción local + Importaciones procedentes de México – Exportaciones hacia México= % de participación de exportadores nacionales en el intercambio comercial del producto en mercado analizado</p> <p>(Anexo 2) Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar</p> <p>Cumplimiento de los requisitos al 80 %</p>
7	BASICO		<p>Presenta el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma</p> <p>La redacción del documento es clara</p> <p>El trabajo no presenta errores de ortografía</p> <p>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</p> <p>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</p> <p>Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio</p> <p>Contiene de manera completa informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.</p> <p>b). - Consumo del producto per- cápita.</p> <p>c). - Demanda estimada del producto.</p> <p>d). - Producción local</p> <p>e). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México</p> <p>f). - Competencia local y foránea.</p> <p>h). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.</p> <p>Producción local + Importaciones – Exportaciones = Tamaño del mercado</p> <p>(Anexo 1) Producción local + Importaciones procedentes de México – Exportaciones hacia México= % de participación de exportadores nacionales en el intercambio comercial del producto en mercado analizado</p> <p>(Anexo 2) Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar</p> <p>Cumplimiento de los requisitos al 70 %</p>
6	ELEMENTAL		<p>No presenta el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma</p> <p>La redacción del documento no es clara</p> <p>El trabajo presenta errores de ortografía</p> <p>No trabajo colaborativo respetando roles asignados</p> <p>No Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información de los indicadores</p> <p>No Muestra información actualizada de algunos indicadores</p> <p>Contiene de manera incompleta informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.</p> <p>b). - Consumo del producto per- cápita.</p> <p>c). - Demanda estimada del producto.</p> <p>d). - Producción local</p> <p>e). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México</p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

			<p>f). - Competencia local y foránea.  h). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.  Producción local + Importaciones – Exportaciones = Tamaño del mercado  (Anexo 1)  Producción local + Importaciones procedentes de México – Exportaciones hacia México= % de participación de exportadores nacionales en el intercambio comercial del producto en mercado analizado  (Anexo 2)  Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar  Cumplimiento de los requisitos al 60 %</p>
	NA	AÚN NO COMPETENTE	<p>No presenta el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma  La redacción del documento no es clara  El trabajo presenta errores de ortografía  No trabajo colaborativo respetando roles asignados  No Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información de los indicadores  No Muestra información actualizada de algunos indicadores  Contiene de manera incompleta informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:  <b>INDICADORES</b>  a). - Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.  b). - Consumo del producto per- cápita.  c). - Demanda estimada del producto.  d). - Producción local  e). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México  f). - Competencia local y foránea.  h). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.  Producción local + Importaciones – Exportaciones = Tamaño del mercado  (Anexo 1)  Producción local + Importaciones procedentes de México – Exportaciones hacia México= % de participación de exportadores nacionales en el intercambio comercial del producto en mercado analizado  (Anexo 2)  Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar  Cumplimiento de los requisitos al 50 %</p>
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	<p>ACTIVIDADES REALIZADAS: Práctica No5. Información comercial. Práctica No. 6 Tabla comparativa  PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS (participación grupal: prácticas No.3 y No.4 de la investigación de mercados int)</p>		<p>2%  2/7.5%  65% (*)  (*) Para evaluar Ordinario B, es requisito indispensable entregar proyecto integrador en tiempo y forma)</p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

**UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

<b>NÚMERO Y NOMBRE</b>	V.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (barreras arancelarias y no arancelarias)				
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO</b>	Desarrolla Informe por escrito de la información sobre la comercialización del producto en los mercados potenciales de exportación relacionada con indicadores que permitan identificar: aranceles, legislación, contingentes, barreras no arancelarias ( <b>normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación</b> ) aplicables al producto que se desea exportar que incluye diseño y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de la legislación arancelaria y no arancelaria, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación en una organización				
<b>TIEMPO/DURACIÓN</b>	15 horas (tres semanas)				
<b>DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS</b>	<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>			<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>
	<b>Estrategia</b>	<b>Actividades de Enseñanza</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>		
<p><b>Factores del comercio internacional del mercado potencial de exportación relacionados particularmente con el producto que se desea exportar.</b></p> <p>5.1. -- Aranceles / Tarifas aplicables al producto en el mercado que se estudia (Market Acces Map)</p> <p>5.2. Legislación aplicable al producto por el mercado que se analiza.</p> <p>5.3.- Contingentes / cupos del producto establecidos para el producto en el mercado estudiado.</p> <p>5.4.- Barreras No Arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).</p> <p>5.5.- Ley imparcial de Empaque y etiquetado en los Estados Unidos</p> <p>5.6.- Construcción y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información comercial producto-mercado</p>	<p>1. Expositiva en Teams.</p> <p>2. Demostrativa</p> <p>3. Aprendizaje basado en Proyectos.</p> <p>4. Aprendizaje Colaborativo.</p> <p>5. Chat Académico</p>	<p>1. Proporciona Instrucciones para realización de las prácticas No.4 "Cuestionario de la Información comercial del mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores</p> <p>2. Guía al alumno en la elaboración y evaluación de una tabla comparativa de indicadores.</p> <p>3. Retroalimenta al alumno en el análisis de la tabla comparativa de indicadores.</p>	<p><b>Apertura:</b> Lluvia de Ideas</p> <p><b>Desarrollo:</b></p> <p>1. Investigación Documental (Investiga serie de indicadores relacionados a la comercialización del producto en los mercados potenciales de exportación, que permita identificar: aranceles, legislación, contingentes, barreras no arancelarias (<b>normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación</b>) aplicables al producto que se desea exportar. consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios internacionales.</p> <p>2.- Realiza un Análisis de la información comercial sobre el producto recopilada para cada mercado potencial de exportación</p> <p>3.-Construye tabla comparativa, de la información</p>	<p>1. Rúbrica para evaluar información comercial del producto en los mercados potenciales de exportación</p> <p>2. Lista de cotejo avance del proyecto de investigación</p> <p>3. Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</p>	<p>Computadora</p> <p>Proyector</p> <p>Internet</p> <p>Microsoft Office</p> <p>Teams de la asignatura</p> <p>Hemeroteca Virtual : <a href="http://www.promexico.mx">www.promexico.mx</a></p> <p><a href="http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/">http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/</a></p> <p>Sistema de información comercial vía internet( siavi) <a href="http://www.economia-snci.gob.mx/">www.economia-snci.gob.mx/</a></p> <p><b>sistema integral de información del comercio exterior <a href="http://www.siicex.gob.pe">www.siicex.gob.pe</a></b></p> <p><b><a href="http://www.santandertrade.com">Barreras no arancelarias y regulaciones para exportar a distintos mercados</a></b></p> <p><b><a href="http://www.santandertrade.com">Trade map .- Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado</a></b></p> <p><b>Market Acces Map.- ( mejorando la transparencia en el comercio internacional y el acceso a mercados)</b></p> <p><b>Invest map.- Oportunidades para la inversión extranjera directa <a href="http://www.wto.org">www.wto.org</a> Organización Mundial de Comercio</b></p> <p><a href="http://faostat.fao.org">http://faostat.fao.org</a> Organización de</p>



<p>de los mercados potenciales de exportación</p>			<p>de los indicadores comerciales de los tres mercados potenciales de exportación y procede a hacer una evaluación objetiva a través de un método diseñado exprefeso. 4.- Efectúa un Análisis de la tabla comparativa y presenta un informe del mercado de exportación que ofrece condiciones más ventajosas para el exportador. <b>Cierre:</b> Organizador gráfico físico y/o digital</p>		<p>las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura <a href="https://www.fda.gov/">https://www.fda.gov/</a> Administración de drogas y Alimentos de los E.U. Apoyos impresos (Apuntes, Diapositiva) Asesoría del profesor al alumno y del alumno al exportador</p>
---	--	--	--	--	--

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p>Informe por escrito digital de la Información comercial del producto en los mercados potenciales de exportación (<b>práctica 5 continuación</b>).</p> <p>Construye y analiza de manera digital la tabla comparativa de la información comercial de indicadores de los tres mercados potenciales de exportación y ofrece asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más factibles para abordarlo (<b>práctica 6</b>).</p>	10	COMPETENTE	<p>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma La redacción del documento es clara El trabajo no presenta errores de ortografía Trabajo colaborativo respetando roles asignados Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio Contiene de manera completa informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto. b). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto) c). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación. d). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).</p> <p>Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar Cumplimiento de los requisitos al 100%</p>
	9	SATISFACTORIO	<p>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma La redacción del documento es clara El trabajo no presenta errores de ortografía Trabajo colaborativo respetando roles asignados Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados</p>



			<p>Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio          Contiene de manera completa informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.          b). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)          c). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.          d). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).          Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar          Cumplimiento de los requisitos al 90 %</p>
8	SUFICIENTE		<p>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma          La redacción del documento es clara          El trabajo no presenta errores de ortografía          Trabajo colaborativo respetando roles asignados          Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados          Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio          Contiene de manera completa informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.          b). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)          c). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.          d). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).          Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar          Cumplimiento de los requisitos al 80 %</p>
7	BASICO		<p>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma          La redacción del documento es clara          El trabajo no presenta errores de ortografía          Trabajo colaborativo respetando roles asignados          Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas consultadas para la selección del producto y mercados          Presenta información actualizada de los indicadores empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio          Contiene de manera completa informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.          b). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)          c). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.          d). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).          Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar          Cumplimiento de los requisitos al 70 %</p>
6	ELEMENTAL		<p>No presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma</p>





			<p>La redacción del documento es poco clara          El trabajo presenta errores de ortografía          Trabajo colaborativo respetando roles asignados          No Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información de los indicadores          No Muestra información actualizada de algunos indicadores          Contiene de manera incompleta informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:  <b>INDICADORES</b>          a). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.          b). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)          c). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.          d). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).          Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar          Cumplimiento de los requisitos al 60 %</p>						
	NA	AÚN NO COMPETENTE	<p>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación incorrecto e incompleto          La redacción del documento no es clara          El trabajo presenta demasiados errores de ortografía          Trabajo colaborativo respetando roles asignados          No Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información de los indicadores          No Muestra información actualizada de algunos indicadores          Contiene de manera incompleta informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:  <b>INDICADORES</b>          a). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.          b). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)          c). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.          d). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).          Construye y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información comercial de los 3 mercados potenciales para exportar          Cumplimiento de los requisitos al 50 %</p>						
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	<p>Continuación .....</p> <table border="0"> <tr> <td>ACTIVIDADES REALIZADAS: Práctica No5. Información comercial. Práctica No. 6 Tabla comparativa</td> <td style="text-align: right;">2%</td> </tr> <tr> <td>PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS (participación grupal: prácticas No.3 y No.4 de la investigación de mercados int)</td> <td style="text-align: right;">2/7.5%</td> </tr> <tr> <td>PRODUCTO INTEGRADOR Proyecto Inv. Mercados Internacionales (producto-mercados de exportación)</td> <td style="text-align: right;">65% (*)</td> </tr> </table> <p>(*) Para evaluar Ordinario B, es requisito indispensable entregar proyecto integrador en tiempo y forma)</p>			ACTIVIDADES REALIZADAS: Práctica No5. Información comercial. Práctica No. 6 Tabla comparativa	2%	PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS (participación grupal: prácticas No.3 y No.4 de la investigación de mercados int)	2/7.5%	PRODUCTO INTEGRADOR Proyecto Inv. Mercados Internacionales (producto-mercados de exportación)	65% (*)
ACTIVIDADES REALIZADAS: Práctica No5. Información comercial. Práctica No. 6 Tabla comparativa	2%								
PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS (participación grupal: prácticas No.3 y No.4 de la investigación de mercados int)	2/7.5%								
PRODUCTO INTEGRADOR Proyecto Inv. Mercados Internacionales (producto-mercados de exportación)	65% (*)								



**UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

<b>NÚMERO Y NOMBRE</b>	VI. Información sobre precios internacionales				
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO</b>	Examina y construye los diferentes métodos para calcular el precio internacional de un producto nacional los mercados de exportación, diseña una estrategia de precios internacionales y evalúa su repercusión en el marketing mx internacional para un producto de exportación. Diseña y analiza la tabla comparativa integral con la información general y comercial del producto en los mercados potenciales de exportación ( <b>práctica 7</b> )				
<b>TIEMPO/DURACIÓN</b>	5 horas (una semana)				
<b>DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS</b>	<b>ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS</b>			<b>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>
	<b>Estrategia</b>	<b>Actividades de Enseñanza</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>		
<p><b>Precios de exportación. La Política de precios internacionales. Cálculo y estrategia de precios.</b></p> <p>6.1.-Importancia del precio de exportación</p> <p>6.2.-Método para determinar el precio de exportación.</p> <p>6.2.1.- Precio considerando a la competencia.</p> <p>6.2.2 Método Costing: (costos más margen de utilidad).</p> <p>6.2.3. Método Pricing: (averiguar margen de beneficios en cada etapa de la distribución - cadena del precio)</p> <p>6.3.- Diseña y analiza la tabla comparativa integral con la información general y comercial del producto en los mercados potenciales de exportación (<b>práctica 7</b>)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Expositiva en teams</li> <li>Demostrativa</li> <li>Aprendizaje basado en Proyectos.</li> <li>Aprendizaje Colaborativo.</li> <li>Chat Académico</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Encuadre</li> <li>Proporciona Instrucciones para desarrollar los métodos para calcular el precio internacional a un producto, y diseño de una estrategia de precios internacionales.</li> <li>Guía al alumno en la construcción y evaluación de una tabla comparativa integral de indicadores de la información general y comercial.</li> <li>Retroalimenta al alumno en el análisis de la tabla comparativa de indicadores.</li> </ol>	<p><b>Apertura:</b> Lluvia de Ideas</p> <p><b>Desarrollo:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Investigación Documental (Investiga la importancia de una correcta política de precios internacionales, los métodos para calcular precios, diseña una estrategia de precios internacionales y realiza la evaluación del impacto en la mezcla de mercadotecnia internacional en los mercados potenciales de exportación. consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios internacionales.</li> <li>Recopilación fidedigna y actualizada de la información comercial sobre el producto por cada mercado potencial de exportación</li> <li>Elabora tabla comparativa, integral de los indicadores de la información general y comercial comerciales de los tres mercados potenciales de exportación y procede a hacer una evaluación objetiva a través de un método diseñado exprofeso.</li> <li>Efectúa un Análisis de la tabla comparativa y presenta un informe del mercado de exportación que ofrece condiciones más ventajosas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Rúbrica para evaluar el diseño y análisis de la tabla comparativa integral con la información general y comercial del producto.</li> <li>Lista de cotejo de avance del proyecto de investigación</li> <li>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</li> </ol>	<p>Computadora Projector Internet Microsoft Office Teams de la asignatura Hemeroteca Virtual: <a href="#">Trade map</a> .- Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado <b>Marcket Access Map</b> (mejorando la transparencia en el comercio internacional y el acceso a mercados)</p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

			<p>para el exportador</p> <p><b>Cierre:</b></p> <p>Organizador gráfico físico y/o digital</p>		
--	--	--	---	--	--

**EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p><i>Informe por escrito digital de la construcción del precio internacional del producto en los mercados potenciales de exportación, especificando el método aplicado para la construcción de este indicador.</i></p> <p><i>Construye y analiza la tabla comparativa integral con la información general y comercial del producto en los mercados potenciales de exportación (práctica 7)</i></p>	10	COMPETENTE	<p><i>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación sobre precios internacionales en tiempo y forma</i></p> <p><i>La redacción del documento es clara</i></p> <p><i>El trabajo no presenta errores de ortografía</i></p> <p><i>Trabajo colaborativo respetando roles asignados</i></p> <p><i>Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información sobre precios internacionales</i></p> <p><i>Presenta información actualizada del indicador precios internacionales empleando los bancos de datos internacionales existentes</i></p> <p><i>Contiene de manera completa informe comercial del indicador de precios internacionales en los mercados potenciales de exportación</i></p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación</p> <p><i>Construye y analiza correctamente la tabla comparativa integral de los indicadores conjuntando la información general y comercial producto- 3 mercados potenciales de exportación</i></p> <p><b>LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL</b></p> <p>a). - Población- Tamaño del Mercado-Perfil del Comprador Final (Segmento de Mercado).</p> <p>b). - Ingreso per-cápita</p> <p>c). - Infraestructura (vías de acceso y comunicación, se avalúa calidad y cantidad)</p> <p>d). - Clima imperante</p> <p>e). - Informe de Competitividad Global (Foro Económico Mundial)</p> <p>f). - Exportaciones- Importaciones del mercado potencial con México (balanza comercial)</p> <p>g). - Tratados/ Acuerdos comerciales</p> <p>h). - Riesgo Político</p> <p>i). - Grado de receptividad ( Inversión extranjera directa)</p> <p>j). - Burocratismo –documentación trámites para la importación establecidos por el mercado potencial.</p>



			<p>k). - Consumo per-cápita del producto.  l). - Demanda estimada del producto.  m). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México  n). - Competencia local y foránea.  ñ). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.  o). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.  p). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)  q). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.  r). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).  s). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación  Realiza una evaluación objetiva final que permite identificar el mercado potencial de exportación que representa mayores ventajas competitivas.  Cumplimiento de los requisitos al 100%</p>
9	SATISFACTORIO		<p>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación sobre precios internacionales en tiempo y forma  La redacción del documento es clara  El trabajo no presenta errores de ortografía  Trabajo colaborativo respetando roles asignados  Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información sobre precios internacionales  Presenta información actualizada del indicador precios internacionales empleando los bancos de datos internacionales existentes  Contiene de manera completa informe comercial del indicador de precios internacionales en los mercados potenciales de exportación  <b>INDICADORES</b>  a). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación  Construye y analiza correctamente la tabla comparativa integral de los indicadores conjuntando la información general y comercial producto- 3 mercados potenciales de exportación  <b>LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL</b>  a). - Población- Tamaño del Mercado-Perfil del Comprador Final (Segmento de Mercado).  b). - Ingreso per-cápita  c). - Infraestructura (vías de acceso y comunicación, se avalúa calidad y cantidad)  d). - Clima imperante  e). - Informe de Competitividad Global (Foro Económico Mundial)  f). - Exportaciones- Importaciones del mercado potencial con México (balanza comercial)  g). - Tratados/ Acuerdos comerciales  h). - Riesgo Político  i). - Grado de receptividad (Inversión extranjera directa)  j). - Burocratismo –documentación trámites para la importación establecidos por el mercado potencial.  k). - Consumo per-cápita del producto.  l). - Demanda estimada del producto.  m). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México  n). - Competencia local y foránea.  ñ). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.  o). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.</p>



			<p>p). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)  q). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.  r). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).  s). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación  Realiza una evaluación objetiva final que permite identificar el mercado potencial de exportación que representa mayores ventajas competitivas.  Cumplimiento de los requisitos al 100%</p>
8	SUFICIENTE		<p>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación sobre precios internacionales en tiempo y forma  La redacción del documento es clara  El trabajo no presenta errores de ortografía  Trabajo colaborativo respetando roles asignados  Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información sobre precios internacionales  Presenta información actualizada del indicador precios internacionales empleando los bancos de datos internacionales existentes  Contiene de manera completa informe comercial del indicador de precios internacionales en los mercados potenciales de exportación  <b>INDICADORES</b>  a). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación  Construye y analiza correctamente la tabla comparativa integral de los indicadores conjuntando la información general y comercial producto- 3 mercados potenciales de exportación  <b>LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL</b>  a). - Población- Tamaño del Mercado-Perfil del Comprador Final (Segmento de Mercado).  b). - Ingreso per-cápita  c). - Infraestructura (vías de acceso y comunicación, se avalúa calidad y cantidad)  d). - Clima imperante  e). - Informe de Competitividad Global (Foro Económico Mundial)  f). - Exportaciones- Importaciones del mercado potencial con México (balanza comercial)  g). - Tratados/ Acuerdos comerciales  h). - Riesgo Político  i). - Grado de receptividad (Inversión extranjera directa)  j). - Burocratismo –documentación trámites para la importación establecidos por el mercado potencial.  k). - Consumo per-cápita del producto.  l). - Demanda estimada del producto.  m). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México  n). - Competencia local y foránea.  ñ). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.  o). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.  p). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)  q). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.  r). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).  s). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación  Realiza una evaluación objetiva final que permite identificar el mercado potencial de exportación que representa mayores ventajas</p>



			<p>competitivas. Cumplimiento de los requisitos al 100%</p>
	7	BASICO	<p>Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación sobre precios internacionales en tiempo y forma La redacción del documento es clara El trabajo no presenta errores de ortografía Trabajo colaborativo respetando roles asignados Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información sobre precios internacionales Presenta información actualizada del indicador precios internacionales empleando los bancos de datos internacionales existentes Contiene de manera completa informe comercial del indicador de precios internacionales en los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación Construye y analiza correctamente la tabla comparativa integral de los indicadores conjuntando la información general y comercial producto- 3 mercados potenciales de exportación</p> <p><b>LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL</b></p> <p>a). - Población- Tamaño del Mercado-Perfil del Comprador Final (Segmento de Mercado). b). - Ingreso per-cápita c). - Infraestructura (vías de acceso y comunicación, se avalúa calidad y cantidad) d). - Clima imperante e). - Informe de Competitividad Global (Foro Económico Mundial) f). - Exportaciones- Importaciones del mercado potencial con México (balanza comercial) g). - Tratados/ Acuerdos comerciales h). - Riesgo Político i). - Grado de receptividad (Inversión extranjera directa) j). - Burocratismo –documentación trámites para la importación establecidos por el mercado potencial. k). - Consumo per-cápita del producto. l). - Demanda estimada del producto. m). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México n). - Competencia local y foránea. ñ). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio. o). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto. p). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto) q). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación. r). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales). s). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación</p> <p>Realiza una evaluación objetiva final que permite identificar el mercado potencial de exportación que representa mayores ventajas competitivas. Cumplimiento de los requisitos al 100%</p>
	6	ELEMENTAL	<p>No Presenta el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación sobre precios internacionales en tiempo y forma La redacción del documento no es muy clara El trabajo presenta errores de ortografía Trabajo colaborativo respetando roles asignados</p>



			<p>No Evidencia correctamente el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información sobre precios internacionales          No Presenta información actualizada del indicador precios internacionales empleando los bancos de datos internacionales existentes          Contiene de manera incompleta informe comercial del indicador de precios internacionales en los mercados potenciales de exportación</p> <p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación          Construye y analiza correctamente la tabla comparativa integral de los indicadores conjuntando la información general y comercial producto- 3 mercados potenciales de exportación</p> <p><b>LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL</b></p> <p>a). - Población- Tamaño del Mercado-Perfil del Comprador Final (Segmento de Mercado).          b). - Ingreso per-cápita          c). - Infraestructura (vías de acceso y comunicación, se avalúa calidad y cantidad)          d). - Clima imperante          e). - Informe de Competitividad Global (Foro Económico Mundial)          f). - Exportaciones- Importaciones del mercado potencial con México (balanza comercial)          g). - Tratados/ Acuerdos comerciales          h). - Riesgo Político          i). - Grado de receptividad (Inversión extranjera directa)          j). - Burocratismo –documentación trámites para la importación establecidos por el mercado potencial.          k). - Consumo per-cápita del producto.          l). - Demanda estimada del producto.          m). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México          n). - Competencia local y foránea.          ñ). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.          o). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.          p). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)          q). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.          r). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).          s). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación</p> <p>No Realiza una evaluación objetiva final que permite identificar el mercado potencial de exportación que representa mayores ventajas competitivas.          Cumplimiento de los requisitos al 60 %</p>
	NA	AÚN NO COMPETENTE	<p>Presenta incorrectamente e incompleto el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación sobre precios internacionales          El trabajo presenta demasiados errores de ortografía          No muestra trabajo colaborativo respetando roles asignados          No evidencia el uso de las bases de datos electrónicas especializadas para la obtención de información sobre precios internacionales          No Presenta información actualizada del indicador precios internacionales empleando los bancos de datos internacionales existentes          Contiene de manera incompleta e incorrecta el informe comercial del indicador de precios internacionales en los mercados potenciales de exportación</p>



UAT

Secretaría Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

		<p><b>INDICADORES</b></p> <p>a). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación  <i>Construye y analiza correctamente la tabla comparativa integral de los indicadores conjuntando la información general y comercial producto- 3 mercados potenciales de exportación</i></p> <p><b>LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL</b></p> <p>a). - Población- Tamaño del Mercado-Perfil del Comprador Final (Segmento de Mercado).  b). - Ingreso per-cápita  c). - Infraestructura (vías de acceso y comunicación, se avalúa calidad y cantidad)  d). - Clima imperante  e). - Informe de Competitividad Global (Foro Económico Mundial)  f). - Exportaciones- Importaciones del mercado potencial con México (balanza comercial)  g). - Tratados/ Acuerdos comerciales  h). - Riesgo Político  i). - Grado de receptividad (Inversión extranjera directa)  j). - Burocratismo –documentación trámites para la importación establecidos por el mercado potencial.  k). - Consumo per-cápita del producto.  l). - Demanda estimada del producto.  m). - Importaciones y exportaciones del producto y balanza comercial con México  n). - Competencia local y foránea.  ñ). - % de participación de exportadores mexicanos en la comercialización del producto en el mercado de estudio.  o). - Aranceles / Tarifas aplicables al producto.  p). - Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto)  q). - Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación.  r). - Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación (marcos legales).  s). - Precio Internacional del producto en el mercado de exportación  <i>No Realiza una evaluación objetiva final que permite identificar el mercado potencial de exportación que representa mayores ventajas competitivas.</i>  <i>Cumplimiento de los requisitos al 50 %</i></p>
<p><b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b></p>	<p><b>EVALUACIÓN ESCRITA</b> Segunda evaluación: Unidades IV, V, VI)  <b>ACTIVIDADES REALIZADAS:</b> Práctica No. 7 Tabla comparativa integral  <b>PORTAFOLIO DE EVIDENCIAS</b> (participación grupal: 7 prácticas de la investigación de mercados int)  <b>PRODUCTO INTEGRADOR</b> Proyecto Inv. Mercados Internacionales (producto-mercados de exportación)  (*) Para evaluar Ordinario B, es requisito indispensable entregar proyecto integrador en tiempo y forma)</p>	<p><b>10/20%</b>  <b>1.5/7.5%</b>  <b>7.5</b>  <b>65% (*)</b></p>





UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 1.- Oportunidades en el comercio Internacional</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla reporte individual de los factores que impulsan y afectan las oportunidades comerciales internacionales, en concreto realizará una investigación de los contingentes - cupos actuales aplicados a producto de importación y exportación por el gobierno mexicano, así como las principales decisiones que el empresario debe considerar para adentrarse al comercio exterior, ubicando en este contexto la necesidad de realizar una investigación de mercados internacionales.</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
1	23 al 27 agosto	<b>1.-Oportunidades en el comercio Internacional</b> 1.1. Encuadre de la asignatura. 1.2. El Comercio Internacional. 1.3. Impulsores del comercio internacional 1.4. La Balanza Comercial de México. 1.5 ¿Porque es conveniente exportar? 1.6 Decisiones que debe considerar un empresario para	<i>El profesor realiza un encuadre de la asignatura en el Teams de la asignatura</i>  <i>El profesor presenta en el Teams de la asignatura diapositivas sobre el concepto de una cuota /contingente en el comercio internacional a los estudiantes con el propósito de captar la atención y encausar su interés;</i>	<i>El profesor proporciona la lectura de diversos autores sobre la cuota/ cupo/contingentes en el chat académico</i>  <i>Da indicaciones para una lectura individual en lo que detectan los aspectos o elementos que contiene cada definición identificando los que se repiten para elaborar su propio concepto de lo que significa cupo/cuota/contingente. Solicita al alumno en el canal de tareas del</i>	5	<i>Preguntas</i>  <i>Reporte individual del trabajo donde identifique y analice los contingentes /cupos de productos nacionales actuales aplicables por el gobierno de México y los fundamente con</i>	<i>Rúbrica para evaluar el reporte individual</i>	<i>Heteroevaluación</i>  <i>Heteroevaluación</i>	<i>Diagnóstica</i>  <i>Formativa</i>	



UAT

Secretaría Académica

	VERDAD, BELLEZA, PROMERIO	adentrarse al comercio internacional	El estudiante interactúa con el profesor y sus compañeros en chat académico sobre las Diapositivas presentadas Plantea dudas El profesor introduce al tema y valora los conocimientos previos mediante interrogatorio	Teams que plateen, y señale el número de contingentes, cantidad y el tipo de mercancías tienen esta característica por el gobierno de México fundamentándose en autores y experiencias propias.	acceder en un mercado internacional) Proporciona indicaciones del trabajo en el canal de publicaciones del Teams para la clase siguiente.	base a la fuente de consulta para ser enviado al Teams de la asignatura			
--	---------------------------	--------------------------------------	---	---	--	---	--	--	--



**IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA  
(Desglose de la Unidad o Bloque Temático)**

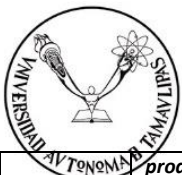
**UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 2.- Metodología de la investigación de mercados internacionales</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe escrito de la elección del producto nacional que se estudiará y selección de tres mercados potenciales de exportación que presentan o detectan una demanda real por el mismo.</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
2	30 agosto al 3 septiembre	<p>2.1.- Definición de Investigación de mercados internacionales</p> <p>2.2.- Diferencias entre investigación de mercados nacional e internacional</p> <p>2.3.- La Investigación de mercados internacional es ¿un análisis ininterrumpido o?</p> <p>2.4- Proceso de la Investigación de mercados internacional es</p> <p>2.4.1.- Definición del problema y objetivos</p>	<p>El profesor presenta en el Teams a los estudiantes diapositivas sobre: definición, diferencias entre investigación de mercados nacional e internacional, porque la investigación es un análisis ininterrumpido y la metodología de la investigación de mercados internacionales el propósito de captar la atención y encausar su interés; El estudiante interactúa con el profesor y sus compañeros en el chat académico sobre las diapositivas presentadas.</p>	<p>El profesor proporciona en el canal general del Teams de la asignatura una lista de las fuentes de consulta tanto en organismos nacionales e internacionales y páginas de internet dedicadas al comercio exterior que deberán revisar el alumno.</p> <p>. El alumno consultará y busca identificar las diferencias entre la investigación de mercados nacional e internacional (tiempo, costo, alcance) y plasmará estas en una tabla que presentará en tiempo y forma, y la enviará al canal de tareas del Teams.</p>	<p>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta. Interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional. Sugiere en su caso actualizaciones en la información de algunos de las actividades para complementar el tema. (Consulta de otras fuentes de información de organismos nacionales e internacionales. Proporciona indicaciones de trabajo para la siguiente clase</p>	5	Reporte individual sobre las diferencias entre la investigación de mercados nacionales e internacionales (tiempo de ejecución, costo y alcance)	Rúbrica para evaluar el reporte individual	Heteroevaluación	Formativa



	VERDAD, BELLEZA, PROBI	<p>(PRODUCTO-MERCADO)</p> <p>2.4.2. - Fuentes de Información</p> <p>2.4.3.- Métodos para recopilar la información</p> <p>2.4.3.1.- Información general del mercado potencial de exportación</p> <p>2.4.3.2.- Información comercial producto - mercado potencial de exportación</p> <p>2.4.4.- Obtención y tratamiento de la información</p> <p>2.4.5.- Conclusiones y/o recomendaciones</p> <p>2.4.6. - Preparación del informe final</p> <p>2.4- Proceso de la Investigación de mercados internacionales</p> <p>2.4.1.- Definición del problema y objetivos</p> <p>PRODUCTO-MERCADO).</p> <p><b>Práctica No. 1 Selección del</b></p>	Plantea dudas.							
--	------------------------	---	----------------	--	--	--	--	--	--	--



UAT

Secretaría  
Académica

	VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	<i>producto</i>							
--	---------------------------	-----------------	--	--	--	--	--	--	--



IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

Table with 2 columns: NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO, OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

Main table with 9 columns: SEMANA No., FECHA, CONTENIDO TEMÁTICO, MOMENTOS DE LA CÁTEDRA (Apertura, Desarrollo, Cierre), HORAS, PRODUCTO, Instrumentos de Evaluación, Tipo de Evaluación, Momento de Evaluación



	VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	<p><i>captar la atención y encausar su interés; El estudiante interactúa con el profesor y sus compañeros en el chat académico sobre la Diapositivas presentadas. Plantea dudas. El alumno forma el equipo de trabajo e Identifica el producto que se desea investigar, detectándose la fuente donde se localiza demanda real en un mercado meta de exportación. El profesor señala en el canal de tareas del Teams las actividades en concreto que se realizarán por el equipo: 1.- Selección del producto (justificación) 2.-Descripción técnica 3.- Fracción Arancelaria 4.- Información mundial sobre el producto (Producción, Importaciones, Exportaciones) 5.- Información sobre producción Nacional 6.- Principales Exportadores</i></p>	<p><i>deberán investigar y presentar en tiempo y forma y enviará al canal de tareas del Teams.</i></p>	<p><i>de algunos de las actividades para complementar el tema. (Consulta de otras fuentes de información de organismos nacionales e internacionales. Proporciona indicaciones de trabajo para la siguiente clase</i></p>	<p><i>para ser enviado al canal de tareas del Teams</i></p>			
--	---------------------------	---	--	--	---	--	--	--



UAT

Secretaría  
Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD			<i>Mexicanos 7.- Importaciones y exportaciones del producto a nivel nacional.</i>							
---------------------------	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--





### IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

#### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	Unidad 2.- Metodología de la investigación de mercados internacionales
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	Desarrolla Informe escrito de la elección del producto nacional que se estudiará y selección de tres mercados potenciales de exportación que presentan o detectan una demanda real por el mismo.

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
4	13 al 17 septiembre	2.4- Proceso de la Investigación de mercados internacionales 2.4.1.- Definición del problema y objetivos (PRODUCTO-MERCADO). <b>Práctica No. 2. Selección de mercados potenciales de exportación</b>	El profesor presenta en el Teams de la asignatura a los estudiantes diapositivas sobre la etapa No.1 <b>definición del problema</b> , y señala el inicio de la práctica No.2 Selección de 3 mercados potenciales de exportación donde sea detectada una demanda real del producto que se desea exportar, con el propósito de	El profesor señala en el canal de publicaciones del Teams las 3 opciones de búsqueda: PROMEXCO; TRADE MAP; SIIAVI y guía a los alumnos sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada una de las 3 opciones para dar respuesta a la selección de los 3 mercados potenciales de exportación.  El equipo procederá a	El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta. Interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional...  El profesor Sugiere al equipo en el caso que hubiese dudas en la elección de un mercado potencial de exportación,	5	Informe escrito por equipo del trabajo donde identifiquen cada una de las actividades comprendidas en la práctica No. 2 y el alumno demuestre tener conocimiento de la demanda potencial del producto en un mercado de exportación para ser enviada al Teams de la asignatura	1.Rúbrica para el informe.  2.Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  3. Lista de cotejo de avance de proyecto	Heteroevaluación	Formativa



	<p>VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD</p>		<p><i>captar la atención y encausar su interés;</i></p> <p><i>El profesor señala en el chat académico el procedimiento para la obtención de información, presenta 3 opciones de búsqueda para seleccionar los mercados potenciales de exportación.</i></p> <p><i>El profesor señala en el canal de tareas del Teams los requisitos para presentación del informe escrito de la elección de los 3 mercados potenciales de exportación</i></p> <p><i>El equipo elegirá la opción de búsqueda que le proporcione la información en la elección de los mercados de exportación), en el caso de no encontrar los 3 mercados en una sola fuente de información, es válido buscar el mercado potencial que le faltará en las otras opciones de búsqueda.</i></p> <p><i>El equipo interactúa con el profesor en chat académico sobre las opciones de búsqueda</i></p>	<p><i>tomar la decisión de los 3 mercados potenciales de exportación de los que se aplicará la metodología para la investigación de mercados internacionales</i></p>	<p><i>señalando cuál sería un buen mercado para el estudio</i></p> <p><i>Proporciona en el canal de publicaciones del Teams indicaciones de trabajo para la siguiente clase</i></p>					
--	-----------------------------------	--	---	--	---	--	--	--	--	--



UAT

Secretaría Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	presentada. Plantea dudas.								
---------------------------	-------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 3.- Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información general de mercados potenciales de exportación (país), en relación a aspectos de la situación política, económica, social y tecnológica (PEST) y de otros factores como la geografía, clima, perfil y comportamiento del consumidor, comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, principios fundamentales de la normativa publicitaria, contextualizados a través de una serie de indicadores, que incluye diseño y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información general, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación de una organización.</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
5	20 al 24 septiembre	Información general del mercado potencial de exportación. Perfil del país. Datos generales	El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información general	El profesor en el chat de publicaciones del Teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e	El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta. Interroga a los estudiantes	5	El estudiante investiga y analiza 4 conceptos de mercado meta y	Rúbrica para evaluar el informe individual	Heteroevaluación	Formativa



	<p>VERDAD, BELLEZA, PROGRESO</p>	<p>del país Nombre oficial División administrativa Localización Idioma oficial Clima Mapa división administrativa</p> <p>3.1.-Ámbito económico. -Población - crecimiento poblacional -Población por edad y sexo -Perfil del comprador final y comportamiento de hábito -Cuantificación y tamaño del mercado -Ingreso per-cápita -Gastos de consumo anual de bienes y servicios -Convertibilidad de la moneda</p> <p>3.2.-Ámbito político -Integración económica con México -bloques comerciales Forma de gobierno Partidos políticos Poder ejecutivo y legislativo Día independencia Días feriados Bandera Nacional Riesgo</p>	<p>de los mercados potenciales de exportación y explica la importancia de investigar aspectos de la situación política, económica, social y tecnológica (PEST).</p> <p>. El profesor presenta en el canal de tareas del Teams un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se diseña el "Cuestionario de la Información general del mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el llenado.</p> <p>Además explica que deberá realizarse una investigación documental con información actual de cada uno de los indicadores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, (PEST), de los tres mercados potenciales de exportación,</p>	<p>internacionales y páginas de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los ámbitos de estudio económico, político, social, geografía, comercio internacional, etc.</p> <p>.El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe general de los mercados potenciales de exportación.( datos oficiales, ámbito económico, político )</p>	<p>sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional. El profesor realiza observaciones en su caso al informe escrito y sugiere fuentes de información a los a los integrantes del equipo de aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio. Proporciona indicaciones de trabajo para la siguiente clase, la tabla comparativa de la información general de los mercados potenciales de exportación.</p>	<p>construye un concepto.  Informe escrito por equipo del cuestionario de la información general de los 3 mercados potenciales de exportación, cubriendo los indicadores de la situación política, económica, social y tecnológica (PEST) y de otros factores como la geografía, clima, perfil y comportamiento del consumidor, comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, principios fundamentales de la normativa publicitaria (Avances práctica No.3) para ser enviado al canal de tareas del Teams.</p>	<p>Rúbrica para el informe l cuestionario de información general de los mercados potenciales de exportación.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance de proyecto</p>		
--	----------------------------------	--	---	---	--	---	--	--	--

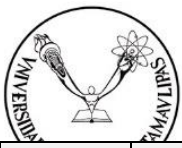


	<p>VERDAD, BELLEZA, PROGRESO</p>	<p>político (expropiación, confiscación, domesticación, control de precios y divisas)</p>	<p>consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios internacionales, mencionando que cada indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así como la fecha de la última consulta.</p> <p>El profesor en chat académico señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información general de los 3 mercados potenciales de exportación</p> <p>El equipo interactúa en chat del Teams con el profesor sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.</p> <p>Plantea dudas.</p>							
--	----------------------------------	---	---	--	--	--	--	--	--	--

## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 3.- Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información general de mercados potenciales de exportación (país), en relación a aspectos de la situación política, económica, social y tecnológica (PEST) y de otros factores como la geografía, clima, perfil y comportamiento del consumidor, comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, principios fundamentales de la normativa publicitaria, contextualizados a través de una serie de indicadores, que incluye diseño y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información general, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación de una organización.</i>



SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
6	27 septiembre al 1 de octubre	<p>Información general del mercado potencial de exportación. relativo a</p> <p>3.4.- Ámbitos: geográfico, clima, recursos naturales, comercio exterior (importaciones y exportaciones)</p> <p>Principales mercancías importadas y exportadas, Balanza comercial con México</p> <p>infraestructura en transportación</p> <p>Principales puertos aeropuertos carreteras, vías férreas y aduanas</p> <p>Infraestructura en comunicación, ( tv, radio, prensa, web)</p> <p>Principios fundamentales de la normativa publicitaria</p> <p>Infraestructura en telefonía e internet</p>	<p>El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información general de los mercados potenciales de exportación y explica la importancia de investigar factores como geográfico, clima, recursos naturales, comercio exterior (importaciones y exportaciones)</p> <p>Principales mercancías importadas y exportadas, Balanza comercial con México</p> <p>infraestructura en transportación</p> <p>Principales puertos aeropuertos carreteras, vías férreas y aduanas</p> <p>Infraestructura en comunicación, ( tv, radio, prensa, web)</p> <p>Principios fundamentales de la normativa publicitaria</p> <p>Infraestructura en telefonía e internet con el propósito de</p>	<p>El profesor en el chat de publicaciones del Teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e internacionales y páginas de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los ámbitos de estudio económico, político, social, geografía, comercio internacional, etc.</p> <p>El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe general de los mercados potenciales de exportación.</p>	<p>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta. Interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional. El profesor realiza observaciones en su caso al informe escrito y sugiere fuentes de información a los integrantes del equipo de aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio. Proporciona indicaciones de trabajo para la siguiente clase, la tabla comparativa de la información general de los mercados potenciales de exportación.</p>	5	<p>Informe escrito por equipo del cuestionario de la información general de los 3 mercados potenciales de exportación, cubriendo los indicadores geográficos, clima, recursos naturales clima, comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, telefonía, internet</p> <p>principios fundamentales de la normativa publicitaria (Avances de la práctica No.3) para ser enviado al canal de tareas del Teams.</p>	<p>Rúbrica para el informe.</p> <p>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</p> <p>Lista de cotejo de avance de proyecto</p>	Heteroevaluación	Formativa



	<p>VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD</p>	<p><i>captar la atención y encausar su interés.</i></p> <p><i>El profesor presenta en el canal de tareas del Teams un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que, Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se diseña el "Cuestionario de la Información general del mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el llenado.</i></p> <p><i>Además explica que deberá realizarse una investigación documental con información actual de cada uno de los indicadores geográficos, clima, comercio exterior, infraestructura en transportación, comunicación telefonía e internet de los tres mercados potenciales de exportación, consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios</i></p>							
--	----------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--





UAT

Secretaría Académica

	<p>VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD</p>	<p><i>internacionales, mencionando que cada Indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así como la fecha de la última consulta.</i></p> <p><i>El profesor en chat académico señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información general de los 3 mercados potenciales de exportación</i></p> <p><i>El equipo interactúa en chat del Teams con el profesor sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.</i></p> <p><i>Plantea dudas.</i></p>							
--	----------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--



UAT

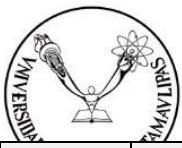
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

Secretaría Académica

## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 3.- Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información general de mercados potenciales de exportación (país), en relación a aspectos de la situación política, económica, social y tecnológica (PEST) y de otros factores como la geografía, clima, perfil y comportamiento del consumidor, comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, principios fundamentales de la normativa publicitaria, contextualizados a través de una serie de indicadores, que incluye diseño y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información general, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación de una organización.</i>



SEMANA No.	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)	
		Apertura	Desarrollo	Cierre						
7	4 al 8 de octubre	<p>3.5.- Afinidad comercial (antecedentes comerciales con México).</p> <p>3.6 Índice de Desempeño logístico (LPI). – Banco mundial</p> <p>Eficiencia aduanera</p> <p>Calidad de la infraestructura</p> <p>Competitividad de transporte internacional de carga</p> <p>Competencia y calidad en los servicios logísticos</p> <p>Puntualidad en el transporte de carga</p> <p>Capacidad de seguimiento y rastreo de los envíos</p> <p>3.6.1. Perfil logístico</p> <p>Panorama general de infraestructura</p> <p>Acceso aéreo</p>	<p>El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información general de los mercados potenciales de exportación y explica la importancia de investigar factores como afinidad comercial con México, Resultados del Índice del Desempeño Logístico (LPI), Perfil logístico y formas de negociación internacional con el propósito de captar la atención y encausar su interés.</p> <p>El profesor presenta en el canal de tareas del Teams un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que, Seleccionados los tres mercados potenciales de</p>	<p>El profesor en el chat de publicaciones del Teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e internacionales y páginas de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los ámbitos de Desempeño logístico, perfil logístico, negociación internacional</p> <p>.El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe general de los mercados potenciales de exportación.</p>	<p>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta. Interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional. El profesor realiza observaciones en su caso al informe escrito y sugiere fuentes de información a los integrantes del equipo de aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio. Proporciona indicaciones de trabajo para la siguiente clase, la tabla comparativa de la información general de los</p>	5	<p>Informe escrito por equipo del cuestionario de la información general de los 3 mercados potenciales de exportación, cubriendo los indicadores geográficos, clima, recursos naturales clima, comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, telefonía, internet principios fundamentales de la normativa publicitaria, desempeño logístico, perfil logístico, negociación internacional, afinidad comercial con México (práctica No.3) para ser enviado al canal de tareas del Teams.</p>	<p>Rúbrica para el informe.</p> <p>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</p> <p>Lista de cotejo de avance de proyecto</p>	Heteroevaluación	Formativa



	VERDAD, BELLEZA, PAZ	<p>Regulaciones generales</p> <p>Artículos prohibidos</p> <p>Especificaciones especiales</p> <p>Otros aspectos importantes para la logística</p> <p>Normatividad fitosanitaria</p> <p>Negociación internacional</p>	<p>exportación, se diseña el "Cuestionario de la Información general del mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el llenado. Además explica que deberá realizarse una investigación documental con información actual de cada uno de los indicadores como afinidad comercial con México, Resultados del Índice del Desempeño Logístico(LPI), Perfil logístico y formas de negociación de los tres mercados potenciales de exportación, consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios internacionales, mencionando que cada Indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así como la fecha de la última consulta.</p> <p>El profesor en chat</p>		<p>mercados potenciales de exportación.</p>					
--	----------------------	---	--	--	---	--	--	--	--	--



UAT

Secretaría Académica

	VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD	<p><i>académico señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información general de los 3 mercados potenciales de exportación</i></p> <p><i>El equipo interactúa en chat del Teams con el profesor sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.</i></p> <p><i>Plantea dudas.</i></p>							
--	----------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

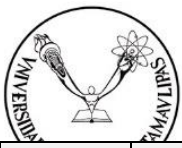
UAT

Secretaría Académica

### IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

#### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 3.- Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información general de mercados potenciales de exportación (país), en relación a aspectos de la situación política, económica, social y tecnológica (PEST) y de otros factores como la geografía, clima, perfil y comportamiento del consumidor , comercio exterior, infraestructura en transportación y comunicación, principios fundamentales de la normativa publicitaria, contextualizados a través de una serie de indicadores, que incluye diseño y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información general, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación de una organización.</i>



SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
8	18 al 23 de octubre	3.7. Diseño y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información general de los mercados potenciales de exportación (práctica 4)	<p>El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas de la tabla comparativa de la Información general de los mercados potenciales de exportación y explica cuáles son los indicadores que serán integrados en la tabla comparativa.</p> <p>El profesor en chat académico explica el método y criterios para la evaluación de cada indicador con la información que ha sido recopilada de cada mercado de exportación, y señala que deberá desarrollarse un análisis de los resultados obtenidos, ofreciendo un informe escrito el mercado que obtenga la mayor puntuación como el que ofrece condiciones más ventajosas o el de</p>	<p>El profesor en chat de publicaciones del Teams guía a los alumnos en el llenado de la tabla comparativa y proceso de evaluación de los indicadores población y segmento de mercado, ingreso per-cápita, infraestructura (transportación y comunicación), clima, Informe de competitividad global, balanza comercial con Tratados y Acuerdos, riesgo político, grado de receptividad a la inversión extranjera, burocratismo (documentación y trámites) de los tres mercados potenciales de exportación</p> <p>El profesoro en chat académico asesora a los integrantes del equipo en relación a cómo desarrollar el análisis de los resultados de la evaluación en relación a los indicadores requeridos para esta tabla de información general.</p> <p>Los integrantes del equipo proceden al llenado de la tabla</p>	<p>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e Interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional.</p> <p>El profesor en chat académico realiza observaciones en su caso cuando los integrantes del equipo tienen problemas para comprender el método de evaluación o como evaluar un indicador en concreto</p> <p>El profesor proporciona en el canal de publicaciones indicaciones de trabajo para la siguiente clase</p>	5	Informe escrito por equipo de la tabla comparativa de la información general de los mercados potenciales, evaluación de indicadores y análisis de resultados que permita señalar el mercado potencial de exportación que representa las condiciones de mayor grado de atractividad o las condiciones más ventajosas para abordarlo (práctica No.4) para ser enviado al Teams de la asignatura	<p>Rúbrica para la tabla comparativa</p> <p>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</p> <p>Lista de cotejo de avance del proyecto</p>	Heteroevaluación	<p>Formativa</p> <p>Sumativa</p>



VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	<p>mayor grado de factibilidad para desarrollar una exportación la</p> <p>Los integrantes del equipo interactúan en chat académico con el profesor sobre el método y los criterios de evaluación en la tabla comparativa.</p>	<p>comparativa, evaluación de cada indicado y realizan el análisis de la información para posteriormente ser enviada al canal de tareas del Teams.</p>						
---------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--

### IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

#### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 4.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (potencial de venta, tamaño y expansión del mercado)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información comercial de los mercados potenciales de exportación de indicadores relacionados con la comercialización de productos similares al que se desea exportar, que permita identificar el potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, producción local, competencia , importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian.</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
9	25 al 29 octubre	Información comercial producto-mercado potencial de exportación. (indicadores: potencial de venta,	El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información comercial producto.	El profesor en el canal de publicaciones del Teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e internacionales y páginas	El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de	5	Informe escrito por equipo del cuestionario de la información comercial producto-mercados	Rúbrica para el informe. Guía de observación (para el trabajo	Heteroevaluación	Formativa





	<p>VERDAD, BELLEZA, PAZ</p>	<p>tamaño y expansión del mercado) Segmentación de mercado. 4.2 Tamaño del mercado. 4.3 Consumo per cápita. 4.4 Demanda esperada del producto.</p>	<p>-mercado potencial de exportación y explica la importancia de investigar e identificar el potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, del producto en los mercados potenciales de exportación que se estudian.  El profesor en el canal de tareas del Teams presenta un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se diseña el "Cuestionario de la Información comercial producto-mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el llenado. Además, en chat académico explica que deberá realizarse una investigación documental con</p>	<p>de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los indicadores para determinar el potencial de venta , tamaño y expansión del mercado  El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe comercial producto-mercados potenciales de exportación para posteriormente ser enviada al canal de tareas del Teams.</p>	<p>lo aprendido para su desarrollo futuro profesional. El profesor en el canal de tareas del Teams realiza observaciones en su caso al informe escrito y sugiere fuentes de información a los a los integrantes del equipo de aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio.  Proporciona en el canal de publicaciones del Teams indicaciones de trabajo para la siguiente clase: barrera arancelarias y no arancelarias</p>		<p>potenciales de exportación, cubriendo los indicadores el potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, en los mercados potenciales de exportación que se estudian (Avances de la práctica No.5) para ser enviado al Teams de la asignatura.</p>	<p>en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance del proyecto</p>		
--	-----------------------------	--	---	---	--	--	---	---	--	--



VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD			<p>información actual de cada uno de los indicadores, mencionando que cada Indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así como la fecha de la última consulta.</p> <p>El profesor en el canal de tareas del Teams señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información comercial producto-mercado potenciales de exportación</p> <p>El equipo en chat académico interactúa con el profeso sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.</p> <p>Plantea dudas.</p>						
---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--



## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 4.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (potencial de venta, tamaño y expansión del mercado)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información comercial de los mercados potenciales de exportación de indicadores relacionados con la comercialización de productos similares al que se desea exportar, que permita identificar el potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, producción local, competencia, importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian.</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
10	1 al 5 de noviembre	<i>Información comercial producto-mercado potencial de exportación. (indicadores: potencial de venta, tamaño y expansión del mercado) 4.5 Competencia Principales empresas importadoras en el mercado de estudio. Nombre de las empresas competidoras Ubicación/localización</i>	<i>El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información comercial producto.-mercado potencial de exportación y explica la importancia de investigar e identificar la producción local, competencia, importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación</i>	<i>El profesor en el canal de publicaciones del Teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e internacionales y páginas de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los indicadores para determinar el</i>	5	<i>Informe escrito por equipo del cuestionario de la información comercial producto-mercados potenciales de exportación, cubriendo los indicadores, principales empresas competidoras localización, cantidades que comercializan producción local, del producto en los mercados potenciales de</i>	<i>Rúbrica para el informe.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance del proyecto</i>	<i>Heteroevaluación</i>	<i>Formativa</i>	



	<p>VERDAD, BELLEZA, PROGRESO</p>	<p>Cantidades que exportan</p> <p>4.5.1 Producción local, cantidades del producto que se producen en el país de estudio en los últimos 5 años.</p>	<p>comercial de exportadores nacionales en los mercados</p> <p>potenciales de exportación que se estudian.</p> <p>El profesor en el canal de tareas del Teams presenta un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se diseña el "Cuestionario de la Información comercial producto-mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el llenado.</p> <p>Además, en chat académico explica que deberá realizarse una investigación documental con información actual de cada uno de los indicadores, mencionando que cada Indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así</p>	<p>potencial de venta , tamaño y expansión del mercado</p> <p>El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe comercial producto-mercados de exportación para posteriormente ser enviada al canal de tareas del Teams.</p>	<p>aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio.</p> <p>Proporciona en el canal de publicaciones del Teams indicaciones de trabajo para la siguiente clase: barrera arancelarias y no arancelarias</p>		<p>exportación que se estudian. (Avances práctica No.5) para ser enviado al Teams de la asignatura.</p>			
--	----------------------------------	--	---	--	---	--	---	--	--	--



UAT

Secretaría Académica

	VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD		<p>como la fecha de la última consulta.          El profesor en el canal de tareas del Teams señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información comercial producto-mercado potenciales de exportación          El equipo en chat académico interactúa con el profesos sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.          Plantea dudas.</p>							
--	---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--



VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

UAT

Secretaría  
Académica

## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

**NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:**

*Unidad 4.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (potencial de venta, tamaño y expansión del mercado)*

**OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:**

*Desarrolla Informe por escrito de la información comercial de los mercados potenciales de exportación de indicadores relacionados con la comercialización de productos similares al que se desea exportar, que permita identificar el potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, producción local, competencia, importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian.*



SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
11	8 al 12 de noviembre	<p>Información comercial producto-mercado potencial de exportación. (indicadores: potencial de venta, tamaño y expansión del mercado) 4.5.2.1. Importaciones que importa del producto en cuestión y mercados de origen en los últimos 5 años del producto</p>	<p>El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información comercial producto-mercado potencial de exportación y explica la importancia de investigar e identificar, importaciones que del producto de estudio realizan los mercados potenciales. El profesor en el canal de tareas del Teams presenta un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se diseña el "Cuestionario de la Información comercial producto-mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el</p>	<p>El profesor en el canal de publicaciones del Teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e internacionales y páginas de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los indicadores para determinar el potencial de venta, tamaño y expansión del mercado</p> <p>El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe comercial producto-mercados potenciales de exportación para posteriormente ser enviada al canal de tareas del Teams.</p>	<p>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional. El profesor en el canal de tareas del Teams realiza observaciones en su caso al informe escrito y sugiere fuentes de información a los integrantes del equipo de aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio.</p> <p>Proporciona en el canal de publicaciones del Teams indicaciones de trabajo para la siguiente clase: barrera arancelarias y no arancelarias</p>	5	<p>Informe escrito por equipo del cuestionario de la información comercial producto-mercados potenciales de exportación, cubriendo el indicador de las importaciones, Cantidades que importa del producto en cuestión y mercados de origen en los últimos 5 años del producto de los mercados potenciales de exportación que se estudian (Avance práctica No.5) para ser enviado al Teams de la asignatura.</p>	<p>Rúbrica para el informe.</p> <p>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</p> <p>Lista de cotejo de avance del proyecto</p>	Heteroevaluación	Formativa



	VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD	<p>llenado.</p> <p>Además, en chat académico explica que deberá realizarse una investigación documental con información actual de cada uno de los indicadores, mencionando que cada Indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así como la fecha de la última consulta.</p> <p>El profesor en el canal de tareas del Teams señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información comercial producto-mercado potenciales de exportación</p> <p>El equipo en chat académico interactúa con el profeso sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.</p> <p>Plantea dudas.</p>							
--	----------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--





UAT

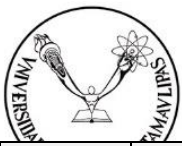
Secretaría  
Académica

VERDAD BELLEZA PROBIIDAD

## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 4.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (potencial de venta, tamaño y expansión del mercado)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información comercial de los mercados potenciales de exportación de indicadores relacionados con la comercialización de productos similares al que se desea exportar, que permita identificar el potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, producción local, competencia, importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian.</i>



SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
12	15 al 19 noviembre	<p>Información comercial producto-mercado potencial de exportación. (indicadores: potencial de venta, tamaño y expansión del mercado)</p> <p>4.5.2.2 Exportaciones Cantidades que exporta del producto y mercados de destino que realiza el mercado en cuestión en los últimos 5 años del producto</p> <p>4.5.2.3 Balanza comercial del producto con México</p> <p>4.5.3. Participación de exportadores mexicanos (cantidades exportadas durante el último año del estudio</p>	<p>El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información comercial producto.-mercado potencial de exportación y explica la importancia de investigar e identificar la producción local, competencia, importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian.</p> <p>El profesor en el canal de tareas del Teams presenta un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que, Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se</p>	<p>El profesor en el canal de publicaciones del Teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e internacionales y páginas de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los indicadores para determinar el potencial de venta , tamaño y expansión del mercado</p> <p>El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe comercial producto-mercados potenciales de exportación para posteriormente ser enviada al canal de tareas del Teams.</p>	<p>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional.</p> <p>El profesor en el canal de tareas del Teams realiza observaciones en su caso al informe escrito y sugiere fuentes de información a los integrantes del equipo de aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio.</p> <p>Proporciona en el canal de publicaciones del Teams indicaciones de trabajo para la siguiente clase: barrera arancelarias y no arancelarias</p>	5	<p>Informe escrito por equipo del cuestionario de la información comercial producto-mercados potenciales de exportación, cubriendo los indicadores en relación a las, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian (Avance práctica No.5) para ser enviado al Teams de la asignatura.</p>	<p>Rúbrica para el informe.</p> <p>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</p> <p>Lista de cotejo de avance del proyecto</p>	Heteroevaluación	<p>Formativa</p> <p>Sumativa</p>



VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD		<p>diseña el "Cuestionario de la Información comercial producto-mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el llenado.</p> <p>Además, en chat académico explica que deberá realizarse una investigación documental con información actual de cada uno de los indicadores, mencionando que cada Indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así como la fecha de la última consulta.</p> <p>El profesor en el canal de tareas del Teams señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información comercial producto-mercado potenciales de exportación</p> <p>El equipo en chat académico interactúa con el profesos sobre las opciones de búsqueda</p>							
---------------------------	--	---	--	--	--	--	--	--	--



UAT

Secretaría Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD			<i>electrónica para la obtención de información presentada. Plantea dudas.</i>						
----------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--



IUAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 5.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (barreras arancelarias y no arancelarias)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información sobre la comercialización del producto en los mercados potenciales de exportación relacionada con indicadores que permitan identificar: aranceles, legislación, contingentes, barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación) aplicables al producto que se desea exportar.</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
13	22 al 26 noviembre	<p><i>Información comercial producto-mercado potencial de exportación. (indicadores: barreras arancelarias) 5.1 Aranceles/Barreras Arancelarias 5.2 Legislación aplicable al producto. 5.3 Contingentes 5.4 Barreras no arancelarias</i></p>	<p><i>El profesor en teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información -mercado potencial de exportación y explica la importancia de investigar e identificar. aranceles, legislaciones contingentes,) aplicables al producto que se desea exportar.</i></p> <p><i>El profesor en el canal de tareas del</i></p>	<p><i>El profesor en el canal de publicaciones del teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e internacionales y páginas de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los indicadores para determinar las barreras arancelarias-</i></p>	<p><i>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional.</i></p> <p><i>El profesor en el canal de tareas del teams realiza observaciones en su caso al informe escrito y sugiere fuentes de información a los integrantes del equipo de</i></p>	5	<p><i>Informe escrito por equipo del cuestionario de la información comercial producto-mercados potenciales de exportación, cubriendo los indicadores aranceles, legislación, contingentes, aplicables al producto que se desea exportar(Avances práctica No. 5) para ser enviado al canal de tareas del teams.</i></p>	<p><i>Rúbrica para el informe.</i></p> <p><i>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</i></p> <p><i>Lista de cotejo de avance de proyecto</i></p>	Heteroevaluación	Formativa



	<p>VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD</p>	<p><i>Teams presenta un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se diseña el "Cuestionario de la Información comercial producto-mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el llenado.</i></p> <p><i>Además explica que deberá realizarse una investigación documental con información actual de cada uno de los indicadores, mencionando que cada Indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así como la fecha de la última consulta.</i></p> <p><i>El profesor en chat académico señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información comercial producto-mercado potenciales de exportación</i></p>	<p><i>aranceles, contingentes y legislación aplicable al producto</i></p> <p><i>.El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe comercial producto-mercados de exportación para posteriormente ser enviada en el canal de tareas del teams.</i></p>	<p><i>aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio.</i></p> <p><i>Proporciona en el canal de publicaciones del teams indicaciones de trabajo para la siguiente clase: barrera arancelarias y no arancelarias</i></p>					
--	----------------------------------	--	--	---	--	--	--	--	--



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD	<p>El equipo en chat académico interactúa con el profesos sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.</p> <p>Plantea dudas.</p>							
----------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--

### IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

#### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 5.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (barreras arancelarias y no arancelarias)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Desarrolla Informe por escrito de la información sobre la comercialización del producto en los mercados potenciales de exportación relacionada con indicadores que permitan identificar: aranceles, legislación, contingentes, barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación) aplicables al producto que se desea exportar.</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					



14	29 de noviembre al 3 de diciembre	<p>Información comercial producto-mercado potencial de exportación. (indicadores: 5.4 Barreras no arancelarias <b>(normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación)</b> aplicables al producto que se desea exportar.</p>	<p>El profesor en teams de la asignatura presenta a los estudiantes sobre la diapositivas sobre la comercial producto.-mercado potencial de exportación y explica la importancia de investigar e identificar. aranceles, legislaciones contingentes,) aplicables al producto que se desea exportar.</p> <p>El profesor en el canal de tareas del Teams presenta un desglose de actividades para la ejecución de esta etapa, señalando que Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se diseña el "Cuestionario de la Información comercial producto-mercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el llenado. Además explica que deberá realizarse una investigación documental con</p>	<p>El profesor en el canal de publicaciones del teams ofrece directorio de fuentes de consultas de información de organismos nacionales e internacionales y páginas de internet dedicadas a los negocios internacionales, en relación a los indicadores requeridos para este, el profesor guía y asesora a los integrantes de equipo sobre la mecánica de cómo proceder a la búsqueda electrónica de la información, explicando a detalle cada uno de los indicadores barreras no arancelarias aplicables al producto que se desea exportaren los mercados seleccionados.</p> <p>.El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe comercial producto-mercados potenciales de exportación para posteriormente ser enviada en el canal de tareas del teams.</p>	<p>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional.</p> <p>El profesor en el canal de tareas del teams realiza observaciones en su caso al informe escrito y sugiere fuentes de información a los a los integrantes del equipo de aspectos faltantes, no actualizados o mal documentados de los indicadores del estudio.</p> <p>Proporciona en el canal de publicaciones del teams indicaciones de trabajo para la siguiente clase: barrera arancelarias y no arancelarias</p>	5	<p>Informe escrito por equipo del cuestionario de la información comercial producto-mercados potenciales de exportación, cubriendo los indicadores barreras no arancelarias ( <b>normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación)</b> aplicables al producto que se desea exportar. (Avances práctica No. 5) para ser enviado al canal de tareas del teams.</p>	<p>Rúbrica para el informe.</p> <p>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</p> <p>Lista de cotejo de avance de proyecto</p>	Heteroevaluación	Formativa
----	-----------------------------------	---	---	---	---	---	---	---	------------------	-----------





UAT

Secretaría Académica

	VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD	<p><i>información actual de cada uno de los indicadores, mencionando que cada Indicador debe contener un señalamiento de la fuente u origen donde se obtiene la información, así como la fecha de la última consulta.</i></p> <p><i>El profesor en chat académico señala los requisitos para presentación del informe escrito de la información comercial producto-mercado potenciales de exportación</i></p> <p><i>El equipo en chat académico interactúa con el profesos sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.</i></p> <p><i>Plantea dudas.</i></p>							
--	----------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--



## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 5.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (barreras arancelarias y no arancelarias)</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Construye y analiza tabla comparativa de los indicadores de la información comercial- producto-mercados potenciales de exportación incluye indicadores del potencial de ventas, tamaño y expansión del mercado, barreras arancelarias y no arancelarias, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación (práctica 6)..</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
15	6 al 10 diciembre	5.6. Diseño y análisis de tabla comparativa de los indicadores de la información comercial producto-mercados potenciales de exportación. (Indicadores: potencial de ventas, tamaño y expansión del mercado, barreras arancelarias y no arancelarias)	<i>El profesor en el canal de publicaciones del teams presenta a los estudiantes diapositiva de la tabla comparativa general de los mercados potenciales de exportación y explica cuáles son los indicadores que serán integrados en la tabla comparativa.</i>  <i>El profesor en chat académico explica el método y criterios</i>	<i>El profesor en chat académico guía a los alumnos en el llenado de la tabla comparativa y proceso de evaluación de los indicadores: potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, producción local, competencia, importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se</i>	<i>El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional.</i>  <i>El profesor en el canal de tareas del teams realiza observaciones en su caso cuando los integrantes del equipo tienen problemas para comprender el</i>	5	<i>Informe escrito por equipo de la tabla comparativa de la información comercial producto-mercados potenciales, de indicadores y análisis de resultados que permita señalar el mercado potencial de exportación que representa las condiciones de mayor grado de atraktividad o las</i>	<i>Rúbrica para la tabla comparativa información comercial</i>  <i>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</i>  <i>Lista de cotejo de avance de proyecto</i>	<i>Heteroevaluación</i>	<i>Formativa</i>



UAT

Secretaría Académica

<p>VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD</p>			<p>para la evaluación de cada indicador con la información que ha sido recopilada de cada mercado de exportación, y señala que deberá desarrollarse un análisis de los resultados obtenidos, ofreciendo un informe escrito el mercado que obtenga la mayor puntuación como el que ofrece condiciones más ventajosas o el de mayor grado de factibilidad para desarrollar una exportación.</p> <p>Los integrantes del equipo en chat académico interactúan con el profesor sobre el método y los criterios de evaluación en la tabla comparativa.</p>	<p>estudian, principales competidores, barreras arancelarias y no arancelarias, legislación aplicable al producto condiciones de acceso, precios internacionales</p> <p>El profesore en chat académico asesora a los integrantes del equipo en relación a cómo desarrollar el análisis de los resultados de la evaluación en relación a los indicadores requeridos para esta tabla comparativa de información comercial.</p> <p>Los integrantes del equipo proceden al llenado de la tabla comparativa, evaluación de cada indicador y realizan el análisis de la información para posteriormente ser enviada al canal de tareas del teams.</p>	<p>método de evaluación o como evaluar un indicador en concreto</p> <p>El profesor en el canal de publicaciones del teams proporciona indicaciones de trabajo para la siguiente clase</p>		<p>condiciones más ventajosas para abordarlo (práctica No.6) para ser enviada al canal de tareas del teams.</p>			
----------------------------------	--	--	--	---	---	--	---	--	--	--



## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 6. Información sobre precios internacionales</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Examina y analiza los diferentes métodos para calcular el precio internacional los mercados de exportación, diseña una estrategia de precios internacionales y evalúa su repercusión en el marketing mx internacional. Construye y analiza la tabla comparativa integral con la información general y comercial del producto en los mercados potenciales de exportación (práctica 7)</i>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
16	6 al 10 diciembre	6.2 Métodos para determinar el precio de exportación (considerando a la competencia, costing, pricing)	El profesor en el teams de la asignatura presenta a los estudiantes Diapositiva de la importancia de calcular el precio internacional de las mercancías y su incorporación a la Estrategia de Mercadotecnia Internacional. El profesor en chat académico explica los tres métodos	El profesor en el canal de publicaciones del teams guía a los alumnos para la aplicación de cada uno de los 3 métodos del precio internacional y ejemplifica en un caso práctico como se construye, explicando además las ventajas y desventajas que ofrece cada uno de estos en su elección El profesoro en chat académico asesora a los	El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional. El profesor en el canal de tareas del teams realiza	4	Informe escrito digital por equipo que muestre y ejemplifique el método seleccionado para cálculo del precio internacional del producto que se estudia, para ser enviado al canal de tareas del teams	Rúbrica para la tabla comparativa información comercial  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance de proyecto	Heteroevaluación	Formativa



UAT

Secretaría Académica

	VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD		<p>existentes para determinar el precio internacional del producto y muestra ejercicios prácticos para realizar su cálculo.</p> <p>Los integrantes del equipo en chat académico interactúan con el profesor sobre dichos métodos para la determinación del precio internacional del producto.</p>	<p>integrantes del equipo en cómo aplicar el método del precio internacional que elijan para su proyecto de investigación de mercados internacionales</p> <p>Los integrantes del equipo proceden calcular el precio internacional del producto de estudio para posteriormente ser enviado al canal de tareas del teams.</p>	<p>observaciones en su caso cuando los integrantes del equipo tienen problemas para comprender el método de evaluación o como evaluar un indicador en concreto</p>					
--	---------------------------	--	---	---	--	--	--	--	--	--



## IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)

### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

<b>NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<i>Unidad 6. Información sobre precios internacionales</i>
<b>OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:</b>	<p><i>Construye y analiza tabla <b>comparativa integral</b> de los indicadores de la información general y comercial- producto-mercados potenciales de exportación incluye indicadores:</i></p> <p><i>Tabla comparativa de la información general de los mercados potenciales de exportación: indicadores población y segmento de mercado, ingreso per-cápita, infraestructura (transportación y comunicación), clima, Informe de competitividad global, balanza comercial con Tratados y Acuerdos, riesgo político, grado de receptividad a la inversión extranjera, burocratismo (documentación y trámites) (práctica 4).</i></p> <p><i>Tabla comparativa de la información comercial producto- mercados potenciales de exportación: potencial de ventas, tamaño y expansión del mercado, barreras arancelarias y no arancelarias, ofreciendo asesoría sobre el mercado de exportación que presenta condiciones más ventajosas para abordarlo o en su caso mayor grado de factibilidad para la exportación (práctica 6).</i></p>

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
16	6 al 10 diciembre	6.3 Construcción y análisis de tabla comparativa Integral de la Información general y comercial producto-mercados potenciales de exportación. (Perfil y estudio producto-mercado).	El profesor en el teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositiva de la tabla comparativa integral de la Información general y comercial producto-mercados potenciales de exportación y explica los 20 indicadores que serán considerados en la tabla comparativa	El profesor en el canal de publicaciones del teams guía a los alumnos en el llenado de la tabla comparativa integral y describe proceso de evaluación de los indicadores: población y segmento de mercado, ingreso per-cápita, infraestructura (transportación y comunicación), clima, Informe de competitividad global, balanza comercial con	El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional.  El profesor en el canal de tareas del teams realiza	1	Informe escrito por equipo de la tabla comparativa integral de la información general y comercial producto-mercados potenciales, evaluación de los 20 indicadores y análisis de resultados que permita señalar el	Rúbrica para la tabla comparativa información comercial  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance de proyecto	Heteroevaluación	Sumativa



<p>VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD</p>		<p><i>integral.</i></p> <p><i>El profesor en chat académico explica el método y criterios para la evaluación de cada indicador con la información que ha sido recopilada de cada mercado de exportación, y señala que deberá desarrollarse un análisis de los resultados obtenidos, ofreciendo un informe escrito el mercado que obtenga la mayor puntuación como el que ofrece condiciones más ventajosas o el de mayor grado de factibilidad para desarrollar una exportación.</i></p> <p><i>Los integrantes del equipo en chat académico interactúan con el profesor sobre el método y los criterios de evaluación en la tabla comparativa integral.</i></p>	<p><i>Tratados y Acuerdos, riesgo político, grado de receptividad a la inversión extranjera, burocratismo ( documentación y trámites) potencial de venta, tamaño actual, y expansión del mercado, consumo per-cápita, demanda, producción local, competencia , importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se estudian, principales competidores, barreras arancelarias y no arancelarias, legislación aplicable al producto condiciones de acceso, precios internacionales</i></p> <p><i>El profeso en chat académico asesora a los integrantes del equipo en relación a cómo desarrollar el análisis de los resultados de la evaluación en relación a los indicadores requeridos para esta tabla comparativa integral.</i></p> <p><i>Los integrantes del equipo proceden al llenado de la tabla comparativa integral, evaluación de cada indicador y realizan el</i></p>	<p><i>observaciones en su caso cuando los integrantes del equipo tienen problemas para comprender el método de evaluación o como evaluar un indicador en concreto</i></p>	<p><i>mercado potencial de exportación que representa las condiciones de mayor grado de atraktividad o las condiciones más ventajosas para abordarlo.</i> <b>(prácticaNo.7)</b> <i>para ser enviada al canal de tareas del teams.</i></p>			
----------------------------------	--	---	---	---	---	--	--	--



	VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD			análisis de la información para posteriormente ser enviada al canal de tareas del teams.					
--	---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA Y ELECTRÓNICA (APA)

Básica	<ol style="list-style-type: none"> <li>Hermosillo H. (2021) Antología y prontuario de prácticas para la Investigación de mercados Internacionales. México: Universidad Autónoma de Tamaulipas</li> <li>Malhotra, N. K. (2018). Investigación de mercados. México: Pearson Educación.</li> <li>Introducción a la Investigación de Mercados. Laura Fischer, Jorge Espejo. 4ª. Edición (2016). Editorial Mc Graw Hill</li> </ol>
Complementaria	<ol style="list-style-type: none"> <li>Hair, J. F., Bush, R. P., &amp; Ortinau, D. J. (2015). Investigación de mercados. México: McGraw-Hill.</li> <li>Field, A. (2013). Discovering statistics using IBM SPSS statistics. Sage.</li> </ol> <p>Páginas de Internet de consulta especializadas en los negocios Internacionales.</p> <p><a href="http://www.indeximundi.com">www.indeximundi.com</a></p> <p><a href="http://www.cia.worldfactbook.com">www.cia.worldfactbook</a></p> <p><a href="http://www.atlamundi.com">www.atlamundi</a>- Información general de los países</p> <p><a href="http://www.theodora.com/flag">www.theodora.com/flag</a>- Información sobre banderas, himnos, moneda, formas de gobierno.</p> <p><a href="http://www.geoographic.com">www.geoographic.com</a>- Información sobre geografía, clima, recursos de los países.</p> <p><a href="http://www.promexico.mx">www.promexico.mx</a></p> <p><a href="http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/">http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/</a> sistema integral de información del comercio exterior.</p> <p><a href="http://www.promueve.gob.bo/pais.aspx">www.promueve.gob.bo/pais.aspx</a> perfiles de mercados de exportación (Perfil país oportunidades de negocio)</p> <p>Sistema de información comercial vía internet( siavi)</p> <p><a href="http://www.economia-snci.gob.mx/">www.economia-snci.gob.mx/</a></p> <p>Compañías Mundiales que miden el riesgo político.</p> <p>COFACE –Compañía Francesa de Seguros para el Comercio Exterior <a href="http://www.coface.com.mx">www.coface.com.mx</a></p> <p>-OCDE- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico</p> <p><a href="http://www.oecd.org">www.oecd.org</a></p> <p>- CESCE- Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación.<a href="http://www.cesce.es">www.cesce.es</a></p> <p>Foro económico mundial-Índices de competitividad</p> <p><a href="http://www.weforum.org">www.weforum.org</a></p> <p><a href="http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/">http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/</a> sistema integral de información del comercio exterior <a href="http://www.siicex.gob.pe">www.siicex.gob.pe</a> Barreras no arancelarias y regulaciones para exportar a distintos mercados</p> <p><a href="http://www.santandertrade.com">www.santandertrade</a></p> <p><a href="http://www.trademap.com">Trade map</a> .- Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes,</p>





UAT

Secretaría Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

*tasas de crecimiento, cuotas de mercado*  
*Market ACESS Map ( mejorando la transparencia en el comercio internacional y el acceso a mercados)*  
*Invest map.- Oportunidades para la inversión extranjera directa*  
*www.wto.org Organización Mundial de Comercio- Información sobre contingentes/cupos que se aplican a los productos en el mercado mundial.*  
<http://faostat.fao.org> Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura  
<https://www.fda.gov/> Administración de drogas y Alimentos de los E.U.

ELABORÓ	FECHA	ADSCRIPCIÓN	ACTUALIZÓ	FECHA	ADSCRIPCIÓN
		Dependencia Academia			Dependencia Academia
<i>Humberto Hermsillo Richartt</i>	<i>04/12/2017</i>	<i>Facultad de Comercio y Administración de Tampico/Academia de Mercadotecnia</i>	<i>Humberto Hermsillo Richartt</i>	<i>14/05/2022</i>	<i>Facultad de Comercio y Administración de Tampico/Academia de Mercadotecnia</i>
<i>Lourdes Leticia Cárdenas Segovia</i>	<i>04/12/2017</i>	<i>Facultad de Comercio y Administración de Tampico/Academia de Mercadotecnia</i>			