



R-OP-01-06-16

## Investigación de Mercados Internacionales

## Unidad de Enseñanza Aprendizaje e Impartición de Cátedra





PROGRAMA EDUCATIVO:	LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
---------------------	--

MODALIDAD:	PRESENCIAL
DEPENDENCIA ACADÉMICA:	FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DE TAMPICO
MODELO DE FORMACIÓN:	EN COMPETENCIAS
TIPO:	COMÚN





## 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)	· ·			

UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE									
Datos Generales									
DEPENDENCIA ACADÉM	CA:	Facultad de Comercio y Administración de Tampico							
PROGRAMA EDUCATIVO	);	Licenciado en Negocios Internacionales							
	DATOS GENERALES:								
ASIGNATURA:	INVE	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES				NFP	NFP PERIODO ESCOLAR: 6°		6°
CLAVE:	нтс	HTI:	TH:	TC:	ASIGNATURA ANTECEDENTE	ASIGNATURA CONSECUENTE		TIPO:	
G.SA35.314.05-05	5	0	5	5	Mercadotecnia Internacional	S/C	OBLIGATORIA (X)		OPTATIVA ( )
	J					·	CURRICULAR (X)	COCURRICULAR ( )	EXTRACURRICULAR ( )
CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNA PERFIL DE EGRESO INSTITU		Hahilidades de investigación en el campo protesional para la resolución de problemas relacionados con su campo protesional							
ATRIBUTOS DEL PERFIL DE	EGRESO	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 liderazao, proactivo, innovador y tomador de decisiones en su ámbita laboral.							
OBJETIVO GENERAL DE L	A UEA	Desarrolla así como la posibilidad	Trabaja en equipo ejerciendo liderazgo, proactivo, innovador y tomador de decisiones en su ámbito laboral.  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 anternacionalización.						





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

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UEA (Producto Integrador de la UEA)				
PRODUCTO INTEGRADOR DE LA UEA	NIVELE	ES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	
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.	10	Competente	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:  I Selección del producto  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	









- 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 detecté 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%





		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 Selección del producto 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)
8	Suficiente	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.  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 vias 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 exportaciones  d). Participación de exportaciones  d). Participación de exportaciones  f) Tarifas - impuestos a los que están sujetos los productos  g) Legislación aplicable al producto  h) Contingentes-cupos impuestos al producto  h) Contingentes-cupos impuestos al producto  N) 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 80%  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:  1. Selección del producto 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). Importación para el estudio a nivel nacional			
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 Selección del producto 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			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
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, 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.  III Información general de los mercados potenciales de exportación. Se elabora un cuestionario que incluya un análisis PEST, que ot indicadores políticos, económicos, social y tecnológicos, así como geografía, clima, perfil y comportamiento del comprador, infraestructura e de acceso, transportación, comunicación, normativa publicitaria, desempeño logistico, inversión extranjera, estrategias de internacionaliz informe global de competitividad.  IV Tabla comparativa y análisis de los indicadores de la información general de los tres mercados de exportación, presenta propues 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 comercial producto en los mercados de exportación seleccionados que abarca: a) Consumo per-cápita del producto b) Demanda actual c) Importaciones y exportaciones	7	Básico	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:  1. Selección del producto a) Justificación en la elección del producto nacional para el estudio. b) Descripción técnica c) Clasificación en la elección del producto (producción, exportación e importación) e) Producción ade producto a nivel nacional f) 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 g) Elección del mercado so ptenciales de exportación para el estudio de algunas de las regiones del mundo (América, Asia; Europa, África, Oceania) y que en su elección para estudiarlos se tenga como requisito que se detecté una demanda real sobre el producto Presento información actualizado empleando los bancos de datos internacionales sobre las variobles de estudio.  III Información general de los mercados potenciales de exportación. Se elabora un cuestionario un incluya un análisis PEST, que abarque indicadores políticos, económicos, social y tecnológicos, así como geografía, clima, perfil y comportamiento del comprador, infraestructura en vios de acceso, transportación, comunicación, normativa publicitario, desempeño logistico, 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 cuestiona





		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 70%
		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 Selección del producto
		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 detecté una demanda real sobre el producto
		Presenta información actualizada empleando los bancos de datos internacionales sobre las variables de estudio.
6	Elemental	Tresenta injornación actualizada empleanao los bancos de autos internacionales sobre las variables de estado.
8	Elementai	W. M. Constitution of the
		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
		1). Turijus irripusstos a ros que estari sujetos ros 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 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%
1			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:
			, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,
			No presenta Información completa de la 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, inversión extranjera. desempeño logístico,
			estrategias de negociación, informe global de competitividad.
			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.
			propuesta dei mercado con mayor grado de jactibilidad para la exportación dei producto.
			No realiza de manera completa la 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:
	NI A	Aún no	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
	NA	competente	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
			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.
			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.
			exportación, presenta propaesta del mercado con condiciónes mas 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 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%
--	---





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

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO				
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO	
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.	10	COMPETENTE	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	





9	SATISFACTORIO	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, I las principales decisiones que deben considerarse al entrar al comercio internacional  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 90 % de los requisitos de entrega establecidos
8	SUFICIENTE	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: 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 80 % de los requisitos de entrega establecidos
7	BASICO	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: 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. Cumplir con el 70 % de los requisitos de entrega establecidos
6	ELEMENTAL	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: 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. Cumplir con el 60 % de los requisitos de entrega establecidos
 NA	AÚN NO	No Entrega reporte individual completo





		COMPETENTE	El documento presenta errores de ortografía  La redacción del documento no es clara  El reporte individual no 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) 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. Cumplir con el 50 % de los requisitos de entrega establecidos
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PARTI	CIPACIÓN INDIVIDUAL (re	eporte de contingentes unilaterales aplicados por gobierno de México) 7.5%





		UNIDAD O BLOC	UE TEMÁTICO					
NÚMERO Y NOMBRE	II Metodología de la Inve	II Metodología de la Investigación de Mercados Internacionales						
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO TIEMPO/DURACIÓN	Desarrolla Informe por escrito o así el mismo. 15 horas (tres semanas)	esarrolla 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 sí el mismo.						
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS  Estrategia Actividades de Enseñanza Actividades de Aprend			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS			
Metodología de la Investigación de Mercados Internacionales 2.1 Definición de Investigación de mercados internacionales 2.2Diferencias entre investigación de mercados nacional e internacional 2.3 La Investigación de mercados internacionales ¿un análisis ininterrumpido? 2.4- Proceso de la Investigación de mercados internacionales 2.4.1 Definición del problema y objetivos (PRODUCTO-MERCADO) 2.4.2Fuentes de Información 2.4.3.1 Información general del mercado potencial de exportación 2.4.3.2 Información comercial producto - mercado potencial de exportación 2.4.4 Obtención y tratamiento de la información 2.4.5 Conclusiones y/o recomendaciones 2.4.6 Preparación del informe final	1 Expositiva en Teams 2 (clases, sesión informativa) 3 Demostrativa 4 Aprendizaje basado en Proyectos. 5 Aprendizaje Colaborativo. 6 Chat académico (discusión global)	1. Proporciona Instrucciones para realización de la práctica No.1 - Elección del producto apoyada en organismos dedicados al comercio exterior  Práctica No.2 Selección de mercados potenciales de exportación que presenten una demanda real del producto nacional, basado en bancos de datos especializados  2. Guía al alumno en el desarrollo de las prácticas.  3. Retroalimenta al alumno en el desarrollo de las prácticas.	Apertura: 1 Recapitulación Desarrollo: 2 Investigación documental	1. Rúbrica para evaluar prácticas No. 1 y No.2  2. Lista de cotejo avance del proyecto  3. Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)	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 (PROMEXICO, SIAVI, SIICEX). PROMEXICO - INVERSIÓN Y COMERCIO www.promexico.mx http://www.siicex.qob.mx/portalSiicex/ Sistema integral de información del comercio exterior. Sistema de Información Comercial Vía Internet (SIIAVI) www.economia-snci.qob.mx/ Secretarías de Economía, Agricultura y Desarrollo Rural Asesoría			

DIRECCIÓN DE DESARROLLO CURRICULAR

R-OP-01-0





	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO			
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIV	/ELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO	
Informe por escrito digital de la práctica: No. 1 (selección del producto nacional de exportación)  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).	10	COMPETENTE	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:  I Selección del producto 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 del a 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 100%	
	9	SATISFACTORIO	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:  I Selección del producto 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 del 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 90 %	
	8	SUFICIENTE	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:  I Selección del producto 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 detecté una demanda real sobre el producto Analiza correctamente la información obtenida
7	BASICO	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:  I Selección del producto 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 exportaciones mexicanos (Nombre de la empresa, ubicación, producto que ofrece) II Selección del mercado de exportación a) Elección del 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 %
6	ELEMENTAL	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:  I Selección del producto  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 detecté una demanda real sobre el producto Analiza incorrectamente la información obtenida  Cumplimiento de los requisitos al 60 %
	NA	AÚN NO COMPETENTE	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:  I Selección del producto 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 del 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 incorrectamente la información obtenida Cumplimiento de los requisitos al 50 %
CRITERIOS DE EVALUACIÓN			ctica No.1 Selección del producto. Práctica No. 2 Selección de Mercados Meta participación grupal: prácticas No.1 y No.2 de la investigación de mercados int)  2/7.5%

DIRECCIÓN DE DESARROLLO CURRICULAR

R-OP-01-06-16 Versión 5

ACT. 13/07/2021





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





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	-OCDE- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico <u>www.oecd.org</u>
		- CESCE- Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación.www.cesce.es
		Foro económico mundial-Índices de competitividad www.weforum.ora Apoyos impresos (Apuntes, Diapositivas) Asesoría

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO				
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO		
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).  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).	10 COMPETENTE	Presenta el informe físico y/o 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: INDICADORES I DATOS GENERALES DEL PAIS 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) II ÁMBITO POLÍTICO LEGAL 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 III ÁMBITO ECONÓMICO a) Ingreso per-cápita b) Tasa de crecimiento económico		





Т			
			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 100%
			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:
			INDICADORES
			I DATOS GENERALES DEL PAIS
			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)
			II ÁMBITO POLÍTICO LEGAL
	_		a) Forma de gobierno.
	9	SATISFACTORIO	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
			111 1110 01 1100100





	a) Infraestructura: Transportación y Comunicación
	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 %
	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:
	INDICADORES
	I DATOS GENERALES DEL PAIS
	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)
	II ÁMBITO POLÍTICO LEGAL
	a) Forma de gobierno.
	b) Partidos políticos
	c) Días festivos
	d) Bandera, tipo de moneda
8 SUF	CICIENTE 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 80 %





7	BASICO	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 ortográfia 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 los variables de estudio Contiene de manero completa informe general de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación: INDICADORES I. DATOS GENERALES DEL PAIS 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) IIIAMBITO POLITICO LEGAL a). Forma de gobierno. b). Partidos políticos c). Polas festivos d). Blandera, tipo de moneda e). Riesgo político, f). Blandera, tipo de moneda e). Riesgo político, f). Bloques comerciales, formas de integración, Tratados, Acuerdos III. AMBITO 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 h). Pempresos importadoras-Exportacións México h). Infraestructura: Transportación y Comunicación. b). Infraestructura: Transportación y Comunicación. b). Infraestructura: Transportación y Comunicación. c). Desempeño Logistico d). Negociación Elabora y analiza correctamente la tabla comparativa de los indicadores de la información general de los 3 mercados potenciales para exportar limitario de los requisitos al 70 % No presenta el informe diatal completo sobre los indicadores de los mercados potenciales de exportación en tiempo y forma
		· ·
6	ELEMENTAL	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:  INDICADORES





		I DATOS GENERALES DEL PAIS 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) II ÁMBITO POLÍTICO LEGAL
		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 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 60 %
NA	AÚN NO COMPETENTE	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: INDICADORES I DATOS GENERALES DEL PAIS 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) II ÁMBITO POLÍTICO LEGAL





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

DIRECCIÓN DE DESARROLLO CURRICULAR

R-OP-01-06-16 Versión 5

ACT. 13/07/2021





	UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO										
NÚMERO Y NOMBRE	IV Información comercial	lel producto- mercado potencial de e.	xportación (potencial de venta, tam	año y expansión del mercado)							
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE	Desarrolla Informe por escrito digital de la información comercial de los mercados potenciales de exportación de indicadores relacionados con la comercialización de										
TEMÁTICO	roductos 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, competenc	roducción local, competencia , importaciones, exportaciones, balanza comercial del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los									
	mercados potenciales de exp	ercados potenciales de exportación que se estudian.									
	Construye y analiza tabla co	onstruye 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 exporta	bre 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.									
TIEMPO/DURACIÓN	20 horas (cuatro semanas)										
		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS									
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS				INSTRUMENTOS DE	RECURSOS						
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje	EVALUACIÓN							
Información comercial del producto-	1. Expositiva en	2. Proporciona Instrucciones para	Apertura:	1- Rúbrica para evaluar	Computadora						
mercado potencial de exportación.	Teams	realización de las prácticas No.4	Lluvia de Ideas	información comercial del	Internet						
(potencial de ventas, tamaño y	2. Demostrativa	"Cuestionario de la Información	Desarrollo:	producto en los mercados	Microsoft Office						
expansión del mercado).	3. Aprendizaje	comercial del mercado potencial	1. Investigación Documental	potenciales de exportación	Teams de la asignatura						
	basado en Proyectos.	de exportación" contextualizado a	(Investiga serie de indicadores		Hemeroteca Virtual :						
4.1 Segmentación del mercado	4. Aprendizaje	través de una serie de indicadores	relacionados a la		www.promexico.mx						
4.2 Tamaño del mercado- cuantificación	Colaborativo.	3. Guía al alumno en la	comercialización del producto	2- Lista de cotejo avance	http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/						
4.3- Consumo per –cápita del producto	5. Chat Académico	elaboración y evaluación de una	en los mercados potenciales de	del proyecto de	sistema integral de información del						
4.4. – Demanda esperada del producto		tabla comparativa de indicadores.	exportación, que permita	investigación de mercados	comercio exterior www.siicex.gob.pe						
4.5 Competencia local y foránea		4. Retroalimenta al alumno en el	identificar el potencial de	internacionales	Barreras no arancelarias y reaulaciones						
4.5.1. Producción local del producto		análisis de la tabla comparativa	venta, tamaño actual, y		para exportar a distintos mercados						
4.5.2 Importaciones y exportaciones del		de indicadores.	expansión del mercado,	3.Guía de observación	www.santandertrade						
producto por el mercado meta			consumo per-cápita, demanda,	(para el trabajo en equipo	Trade map Estadísticas del comercio						
seleccionado.			producción local, competencia ,	y para exposición del	para el desarrollo internacional de las						
4.5.2.1. Importaciones del producto por el			importaciones, exportaciones,	trabajo)	empresas Datos comerciales mensuales,						
mercado estudiado			balanza comercial del producto		trimestrales y anuales. Valores de						
Principales mercados de origen de las			con México y % de participación		importación y exportación, volúmenes,						
importaciones			comercial de exportadores		tasas de crecimiento, cuotas de						
Importaciones del producto procedentes			nacionales en los mercados		mercado						
de México			potenciales de exportación que		Marcket Acess Map (mejorando la						
(compras del producto procedentes de			se estudian, consultando		transparencia en el comercio						
México)			diversas páginas electrónicas		internacional y el acceso a mercados)						
			especializadas en los negocios		Invest map Oportunidades para la						
4.5.2.2. Exportaciones del producto por el			internacionales( práctica 5).		inversión extranjera directa						
mercado estudiado.			2 Recopilación fidedigna y		www.wto.org Organización Mundial de						
Principales mercados de destino de las			actualizada de la información		Comercio						
exportaciones			comercial sobre el producto por		http://faostat.fao.org Organización de						
Exportaciones del producto hacia México			cada mercado potencial de		las Naciones Unidas para la						
(ventas del producto hacia México)			exportación.		alimentación y agricultura						
-4.5.2.3 Balanza comercial del producto			3Construye la tabla		https://www.fda.gov/ Administración						
(importaciones y exportaciones)			comparativa, integrando la		de drogas y Alimentos de los E.U.						





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

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO					
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		CRITERIOS DE DESEMPEÑO		
Informe por escrito digital de la Información comercial del producto en los mercados potenciales de exportación. (práctica 5).  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).	10	COMPETENTE	Presenta el informe 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 INDICADORES 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 100%
			Presenta el informe 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
			INDICADORES
			a) Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.
			b) Consumo del producto per- cápita.
			c) Demanda estimada del producto.
	9	SATISFACTORIO	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 90%
 			Presenta el informe 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
			INDICADORES
	8	SUFICIENTE	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
			Troduction focus - Importationes - Exportationes - Tulliano del mercado





			(Apple 1)
			(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 80 %
			Presenta el informe 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
			INDICADORES
			a) Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.
			b) Consumo del producto per- cápita.
			c) Demanda estimada del producto.
		BASICO	d) Producción local
	7		é) 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 70 %
			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
	6	ELEMENTAL	Contiene de manera incompleta informe comercial de los indicadores sobre los mercados potenciales de exportación:
			INDICADORES
			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 60 %		
			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:		
			INDICADORES		
			a) Segmento y tamaño del mercado potencial de exportación.		
			b) Consumo del producto per- cápita.		
			c) Demanda estimada del producto.		
	NA	AÚN NO	d) Producción local		
	130	COMPETENTE	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		
	A CT' "	DADEC BEALIZADAS O 1	Cumplimiento de los requisitos al 50 %		
CDITEDIOS DE EVALUACIÓN			ictica No5. Información comercial. Práctica No. 6 Tabla comparativa 2% participación grupal: prácticas No.3 y No.4 de la investigación de mercados int) 2/7.5%		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	, ONTA	. OLIO DE EVIDENCIAS (F	An acipación grapas. Practicas 110.5 y 110.4 ac na mirestigación ac mercados mej		
	PRODUCTO INTEGRADOR Proyecto Inv. Mercados Internacionales (producto-mercados de exportación) 65% (*)				
	(*)	Para evaluar Ordinario	B, es requisito indispensable entregar proyecto integrador en tiempo y forma)		





UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO										
NÚMERO Y NOMBRE	V - Informac	ión comercial del producto- mercad	•	arancelarias y no arancelarias	1					
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	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 zoosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación) 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									
TIEMPO/DURACIÓN	15 horas (tres semanas)									
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS					
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		_					
Factores del comercio internacional del mercado potencial de exportación relacionados particularmente con el producto que se desea exportar.  5.1 Aranceles / Tarifas aplicables al producto en el mercado que se estudia (Market Acces Map)  5.2. Legislación aplicable al producto por el mercado que se analiza.  5.3 Contingentes / cupos del producto establecidos para el producto en el mercado estudiado.  5.4 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).  5.5 Ley imparcial de Empaque y etiquetado en los Estados Unidos	<ol> <li>Expositiva en Teams.</li> <li>Demostrativa</li> <li>Aprendizaje basado en Proyectos.</li> <li>Aprendizaje Colaborativo.</li> <li>Chat Académico</li> </ol>	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 2. Guía al alumno en la elaboración y evaluación de una tabla comparativa de indicadores. 3. Retroalimenta al alumno en el análisis de la tabla comparativa de indicadores.	Apertura: Lluvia de Ideas Desarrollo: 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 (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) aplicables al producto que se desea exportar. consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios internacionales. 2 Realiza un Análisis de la información comercial sobre el producto recopilada para cada mercado potencial de exportación	<ol> <li>Rúbrica para evaluar información comercial del producto en los mercados potenciales de exportación</li> <li>Lista de cotejo avance del proyecto de investigación</li> <li>Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)</li> </ol>	Computadora Proyector Internet Microsoft Office Teams de la asignatura Hemeroteca Virtual: www.promexico.mx http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/ Sistema de información comercial vía internet( siavi) www.economia-snci.qob.mx/ sistema integral de información del comercio exterior www.siicex.qob.pe Barreras no arancelarias y regulaciones para exportar a distintos mercados www.santandertrade 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 Marcket 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					
comparativa de los indicadores de la información comercial producto-mercado			3Construye tabla comparativa, de la información		Comercio <u>http://faostat.fao.org</u> Organización de					





de los mercados potenciales de		de los indicadores comerciales		las Naciones Unidas para la
exportación		de los tres mercados		alimentación y agricultura
		potenciales de exportación y		https://www.fda.gov/ Administración
		procede a hacer una evaluación		de drogas y Alimentos de los E.U.
		objetiva a través de un método		Apoyos impresos (Apuntes, Diapositiva)
		diseñado exprofeso.		Asesoría del profesor al alumno y del
		4 Efectúa un Análisis de la		alumno al exportador
		tabla comparativa y presenta		
		un informe del mercado de		
		exportación que ofrece		
		condiciones más ventajosas		
		para el exportador.		
		Cierre:		
		Organizador gráfico físico y/o		
		digital		
	1	1	I	

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO				
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO	
Informe por escrito digital de la Información comercial del producto en los mercados potenciales de exportación (práctica 5 continuación).  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).	10	COMPETENTE	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  INDICADORES  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 100%	
	9	SATISFACTORIO	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	





8	SUFICIENTE	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 INDICADORES  a) Aranceles / Tarifas aplicables 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 %  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 INDICADORES a) Aranceles / Tarifas aplicables 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 indicadore
7	BASICO	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 INDICADORES 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 %
6	ELEMENTAL	No presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación en tiempo y forma





			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: INDICADORES 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 60 % Presenta el informe digital comercial del producto- mercados potenciales de exportación incorrecto e incompleto
	NA	AÚN NO COMPETENTE	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: INDICADORES 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 50 %
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ACTIVII PORTA PRODU	FOLIO DE EVIDENCIAS (p ICTO INTEGRADOR Proye	ctica No5. Información comercial. Práctica No. 6 Tabla comparativa 2% articipación grupal: prácticas No.3 y No.4 de la investigación de mercados int) 2/7.5% acto Inv. Mercados Internacionales (producto-mercados de exportación) 65% (*) B, es requisito indispensable entregar proyecto integrador en tiempo y forma)





		UNIDAD O BLOQUE TE	MÁTICO			
NÚMERO Y NOMBRE	VI. Información sobre precios internacionales					
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	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 (práctica 7)					
TIEMPO/DURACIÓN	5 horas (una semana)				-	
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS	
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje	1 2/1 :		
Precios de exportación. La Política de	1. Expositiva en teams	1. Encuadre	Apertura:	1Rúbrica para evaluar el	Computadora	
precios internacionales. Cálculo y estrategia	2. Demostrativa	2. Proporciona Instrucciones para	Lluvia de Ideas	diseño y análisis de la tabla	Proyector	
de precios.	3. Aprendizaje basado	desarrollar los métodos para calcular	Desarrollo:	comparativa integral con la	Internet	
6.1Importancia del precio de exportación 6.2Método para determinar el precio de exportación.	en Proyectos. 4. Aprendizaje Colaborativo. 5. Chat Académico	el precio internacional a un producto, y diseño de una estrategia de precios internacionales.  3. Guía al alumno en la construcción y evaluación de una tabla	Investigación Documental (Investiga la importancia de una correcta política de precios internacionales, los métodos para calcular precios, diseña una estrategia de precios	información general y comercial del producto.  2Lista de cotejo de avance	Microsoft Office Teams de la asignatura Hemeroteca Virtual: Trade map Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional	
6.2.1 Precio considerando a la competencia. 6.2.2 Método Costing: (costos más margen de utilidad).		comparativa integral de indicadores de la información general y comercial. 4. Retroalimenta al alumno en el análisis de la tabla comparativa de	internacionales y realiza la evaluación del impacto en la mezcla de mercadotecnia internacional en los mercados potenciales de exportación.	del proyecto de investigación  3.Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)	de las empresas Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes,	
6.2.3. Método Pricing: (averiguar margen de beneficios en cada etapa de la distribución - cadena del precio)		indicadores.	consultando diversas páginas electrónicas especializadas en los negocios internacionales. 2 Recopilación fidedigna y	exposition del rabajo)	tasas de crecimiento, cuotas de mercado <i>Marcket Acess Map</i> (mejorando la	
6.3 Diseña y analiza la tabla comparativa integral con la información general y comercial del producto en los mercados potenciales de exportación (práctica 7)			actualizada de la información comercial sobre el producto por cada mercado potencial de exportación 3Elabora 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. 4 Efectúa un Análisis de la tabla comparativa y presenta un informe del mercado de exportación que ofrece condiciones más ventajosas		transparencia en el comercio internacional y el acceso a mercados)	





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

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO				
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO	
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.  Construye y analiza la tabla comparativa integral con la información general y comercial del producto en los mercados potenciales de exportación (práctica 7)	10	COMPETENTE	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 INDICADORES 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 LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL 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.	





			In the second section of the second s
			k) Consumo per-cápita del producto.
			I) 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%
<del> </del>			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
			INDICADORES
			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
			LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL
			a) Población- Tamaño del Mercado-Perfil del Comprador Final (Segmento de Mercado).
	_		b) Ingreso per-cápita
	9	SATISFACTORIO	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.
			I) 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.





	I	
		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%
		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
		INDICADORES
		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
		LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL
		a) Población- Tamaño del Mercado-Perfil del Comprador Final (Segmento de Mercado).
		b) Ingreso per-cápita
		1, 3, 1, 1
		c) Infraestructura (vías de acceso y comunicación, se avalúa calidad y cantidad)
		d) Clima imperante
8	SUFICIENTE	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
		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
1		, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,





		competitivas.
		Cumplimiento de los requisitos al 100%
		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
		INDICADORES
		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
		LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL
		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)
7	BASICO	f) Exportaciones- Importaciones del mercado potencial con México (balanza comercial)
		g) Tratados/ Acuerdos comerciales
		n) 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.
		I) 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.
<u> </u>		Cumplimiento de los requisitos al 100%
		No Presenta el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportación sobre precios internacionales en tiempo y forma
6	ELEMENTAL	La redacción del documento no es muy 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 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  INDICADORES  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 LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL a). Pobloción-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) Bruorcatismo -documentación trámites para la importación establecidos por el mercado potencial. k) Consum per-cápita del producto. g) Demanda estimada del producto. g) Demanda estimada del producto. g) Demanda estimada del producto. g) Pomencialización del exportaciones del producto y balanza comercial con México o) Aranceles / Tarifas aplicables al producto, principales leyes que afectan la comercialización del producto) g) Legislación aplicable al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto) g) Legislación aplicables al producto. (principales leyes que afectan la comercialización del producto) g) Contingentes/ cupos establecidos para el producto por el mercado potencial de exportación. f) Otras barreras no arancelarias (normas de origen, normas técnicas y seguridad industrial, regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en
NA	AÚN NO COMPETENTE	Presenta incorrectamente e incompleto el informe comercial del producto- mercados potenciales de exportacion 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

DIRECCIÓN DE DESARROLLO CURRICULAR





		INDICADORES
		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
		LISTA DE INDICADORES PARA ELABORAR TABLA COMPARATIVA INTEGRAL
		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.
		I) 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
		No Realiza una evaluación objetiva final que permite identificar el mercado potencial de exportación que representa mayores ventajas
		competitivas.
		Cumplimiento de los requisitos al 50 %
		Segunda evaluación: Unidades IV, V, VI) 10/20%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN		DAS: Práctica No. 7 Tabla comparativa integral 1.5/7.5%
		NCIAS (participación grupal: 7 prácticas de la investigación de mercados int) 7.5  OR Provesto la v. Magadas (atomosionales (avadusto magadas de avadatación) 7.5
		OR Proyecto Inv. Mercados Internacionales (producto-mercados de exportación) 65% (*) rdinario B ,es requisito indispensable entregar proyecto integrador en tiempo y forma)
	( ) Full Evalual Of	rumano o jes reguisito maispensable entregui proyecto integrador en dempo y Jormaj





#### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:

Unidad 1.- Oportunidades en el comercio Internacional

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

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.

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	N		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	1Oportunidades en el comercio Internacional 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	El profesor realiza un encuadre de la asignatura en el Teams de la asignatura  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;	El profesor proporciona la lectura de diversos autores sobre la cuota/cupo/contingentes en el chat académico 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	El profesor en chat académico aclara dudas y retroalimenta e Interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional. Sugiere actividades para complementar el tema. (como un exportador puede obtener un cupo de determinada mercancía para	5	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	Rúbrica para evaluar el reporte individual	Heteroevaluación  Heteroevaluación	Diagnóstica Formativa

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





### 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				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	2.1 Definición de Investigación de mercados internacionales 2.2 Diferencias entre investigación de mercados nacional e internacional 2.3 La Investigación de mercados internacional es ¿un análisis ininterrumpid o? 2.4- Proceso de la Investigación de mercados internacional es 2.4.1 Definición del problema y objetivos	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.	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.  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.	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	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, PROBIDAMERCADO)	T			Secre Acade	taría émica
(PRODUCTO-					
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAMERCADO)	Plantea dudas.				
2.4.2. –					
Fuentes de					
Información					
2.4.3					
Métodos					
para					
recopilar la					
información					
2.4.3.1					
Información					
general del					
mercado potencial de					
exportación					
2.4.3.2					
2.4.3.2 Información					
comercial					
producto -					
mercado					
potencial de					
exportación					
2.4.4					
Obtención y					
tratamiento					
de la					
información					
2.4.5					
Conclusiones					
y/o					
recomendaci					
ones					
2.4.6.					
Preparación del					
informe final 2.4-					
Proceso de la					
Investigación de					
mercados					
internacionales					
2.4.1 Definición					
del problema y					
objetivos					
PRODUCTO-					
MERCADO).					
Práctica No. 1					
Selección del					

WERSHIN	WAT				Secre Acade	taría émica
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	to				-	





### 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	N		HORAS	PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)	
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
3	6 septiembre al 10 de septiembre	2.4.6 Preparación del informe final 2.4- Proceso de la Investigación de mercados internacionales 2.4.1 Definición del problema y objetivos PRODUCTO- MERCADO). Práctica No. 1 Selección del producto	El profesor presenta en el Teams a los estudiantes diapositivas sobre la etapa No.1 definición del problema, donde se debe elegir un producto para adentrarse o como punto de partida de la investigación de mercados internacionales con el propósito de	El profesor proporciona en el canal de publicaciones 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 los equipos. El equipo consultará y busca dar respuesta a los aspectos que sobre el producto	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	5	Informe escrito por equipo del trabajo donde identifiquen cada una de las actividades comprendidas en la práctica No. 1 y el alumno demuestre tener conocimiento comercial del producto tanto a nivel nacional e internacional	Rúbrica para el informe.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance de proyecto	Heteroevaluación	Formativa

(A)	
Z DE	III I A T
YER W	ШЛДТ
THE THE PARTY OF T	10/11

Secretaría Académica

TONOWA	captar la atención y	deberán investigar y	de algunos de las	para ser enviado		
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	encausar su interés;	presentar en tiempo y	actividades para	al canal de tareas		
	El	forma y enviará al canal	complementar el	del Teams		
	estudiante	de tareas del Teams.	tema. (Consulta			
	interactúa		de otras fuentes			
	con el profesor y sus		de información de			
	compañeros en el		organismos			
	chat académico		nacionales e			
	sobre la		internacionales.			
	Diapositivas		Proporciona			
	presentadas.		indicaciones			
	Plantea dudas.		de trabajo para la			
	El alumno forma el		siguiente clase			
	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)					
	2Descripción					
	técnica					
	3 Fracción					
	Arancelaria 4 Información					
	mundial sobre el					
	producto					
	(Producción,					
	Importaciones,					
	Exportaciones)					
	5 Información					
	sobre producción					
	Nacional					
	6 Principales					
	Exportadores					

- SMILIANNI SMIL	ΑT			Secre Acade	taría émica
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	Mexicanos 7 Importaciones y exportaciones del producto a nivel nacional.				





### 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	N	IOMENTOS 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 septiemb re	2.4- Proceso de la Investigación de mercados internacionales 2.4.1 Definición del problema y objetivos (PRODUCTO-MERCADO). Práctica No. 2. Selección de mercados potenciales de exportación	El profesor presenta en el Teams de la asignatura a los estudiantes diapositivas sobre la etapa No.1 definición del problema, 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

	AL TONOMA REAL PROPERTY.	<b>1</b> I				Acade	emica
	TONOMA	captar la atención y	tomar la decisión de los 3	señalando cuál		7 100101	
VERDAD,	, BELLEZA, PROBIDAD	encausar su interés;	mercados potenciales de	sería un buen			
		•	exportación de los que se	mercado para el			
		El profesor señala en	aplicará la metodología	estudio .			
		el chat académico el	para la investigación de				
		procedimiento para	mercados	Proporciona en el			
		la obtención de	internacionales	canal de			
		información,		publicaciones del			
		presenta 3 opciones		Teams			
		de búsqueda para		indicaciones			
		seleccionar los		de trabajo para la			
		mercados		siguiente clase			
		potenciales de					
		exportación.					
		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					
		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.					
		El equipo interactúa					
		con el profesor en					
		chat académico					
		sobre las					
		opciones de					
		búsqueda					

Sally WA	Secre Acade	taría émica				
AN LONOWY O	presentada.				<del></del>	
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	Plantea dudas.					

IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA  (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)						
UNIDA	AD O BLOQUE TEMÁTICO					
NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	Unidad 3 Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)					
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	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.					

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	N	OMENTOS 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

(E)		<b>\ 1</b>					Acade	emica :	
4MONOTAL	del país	de los mercados	internacionales y páginas	sobre el logro de	construye un	Rúbrica para el			
	RNombre oficial	potenciales de	de internet dedicadas a	lo aprendido para	concepto.	informe l		1	
	División	exportación y explica	los negocios	su desarrollo	·	cuestionario de		1	
	administrativa	la importancia de	internacionales, en	futuro	Informe escrito	información		1	
	Localización	investigar aspectos	relación a los indicadores	profesional.	por equipo del	general de los		1	
	Idioma oficial	de la situación	requeridos para este, el	El profesor realiza	cuestionario de la	mercados		1	
	Clima	política, económica,	profesor <i>quía y asesora</i>	observaciones en	información	potenciales de		1	
	Mapa división	social y tecnológica	a los integrantes de	su caso al informe	general de los 3	exportación.		1	
	administrativa	(PEST).	equipo sobre la mecánica	escrito y sugiere	mercados	,		1	
			de cómo proceder a la	fuentes de	potenciales de	Guía de		1	
	3.1Ámbito	El profesor presenta	búsqueda electrónica de	información a los	exportación,	observación		1	
	económico.	en el canal de tareas	la información,	a los integrantes	cubriendo los	(para el trabajo		1	
	-Población	del Teams un	explicando a detalle cada	del equipo de	indicadores de la	en equipo y		1	
	<ul> <li>crecimiento</li> </ul>	desglose de	uno de los ámbitos de	aspectos	situación política,	para exposición		1	
	poblacional	actividades para la	estudio económico,	faltantes, no	económica, social	del trabajo)		1	
	-Población por	ejecución de esta	político, social,	actualizados o	y tecnológica			1	
	edad y sexo	etapa, señalando	geografía, comercio	mal	(PEST) y de otros	Lista de coteio		1	
	-Perfil del	que Seleccionados	internacional, etc.	documentados de	factores como la	de avance de		1	
	comprador final y	los tres mercados		los indicadores	geografía, clima,	proyecto		1	
	comportamiento	potenciales de	.El equipo procederá a	del estudio.	perfil y			1	
	de hábito	exportación, se	investigar y documentar	Proporciona	comportamiento			1	
	-Cuantificación y	diseña el	la información de los	indicaciones .	del consumidor,			1	
	tamaño del	"Cuestionario de la	indicadores del estudio	de trabajo para la	comercio exterior,			1	
	mercado	Información general	del informe general de	siguiente clase, la	infraestructura en			1	
	-Ingreso per-cápita	del mercado	los mercados potenciales	tabla	transportación y			1	
	-Gastos de	potencial de	de exportación.( datos	comparativa de la	comunicación,			1	
	consumo anual de	exportación"	oficiales, ámbito	información	principios			1	
	bienes y servicios	contextualizado a	económico, político )	general de los	fundamentales de			1	
	-Convertibilidad de	través de una serie		mercados	la normativa			1	
	la moneda	de indicadores y		potenciales de	publicitaria			1	
		muestra las		exportación.	(Avances práctica			1	
		instrucciones para el			No.3) para ser			1	
	3.2Ámbito	llenado.			enviado al canal			1	
	político				de tareas del			1	
	-Integración	Además explica que			Teams.				
	económica con	deberá realizarse						1	
	México	una investigación						1	
	-bloques	documental con						1	
	comerciales	información actual						1	
	Forma de gobierno	de cada uno de los						1	
	Partidos políticos	indicadores políticos,						1	
	Poder ejecutivo y	económicos,						1	
	legislativo	sociales,						1	
	Día independencia	tecnológicos, (PEST),						•	
	Días feriados	de los tres mercados						•	
	Bandera Nacional	potenciales de						1	
	Riesgo	exportación,						i	

	<b>V</b> I			Acade	emica
TONOMA político(expropiaci	consultando				
verdad, Belleza, Prómidad confiscación,	diversas páginas				
domesticación,	electrónicas				
control de precios y	especializadas en los				
divisas	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.				
	El profesor en chat				
	académico señala				
	los requisitos para				
	presentación del				
	informe escrito de la				
	información general				
	de los 3 mercados				
	potenciales de				
	exportación				
	El equipo interactúa				
	en chat del Teams				
	con el profesor sobre				
	las opciones de				
	opciones de búsqueda				
	electrónica para la				
	obtención de				
	información de				
	presentada.				
	presentada.				
	Plantea dudas.				





(Desg	IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA glose de la Unidad o Bloque Temático)
UNIDA	AD O BLOQUE TEMÁTICO
NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	Unidad 3 Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	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.



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	Información general del mercado potencial de exportación. relativo a 3.4 Ámbitos: geográfico, clima, recursos naturales, comercio exterior (importaciones y exportaciones) Principales mercancías importadas y exportadas, Balanza comercial con México infraestructura en transportación Principales puertos aeropuertos carreteras, vías férreas y aduanas Infraestructura en comunicación, (tv.radio, prensa, web) Principios fundamentales de la normativa publicitaria Infraestructura en telefonía e internet	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) Principales mercancías importadas y exportadas, Balanza comercial con México infraestructura en transportación Principales puertos aeropuertos carreteras, vías férreas y aduanas Infraestructura en comunicación, ( tv, radio, prensa, web) Principios fundamentales de la normativa publicitaria Infraestructura en telefonía e internet con el propósito de	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 internacionales y páginas de 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.  El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe general de los mercados potenciales de exportación.	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 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.	5	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 (Avances de la práctica No.3) para ser enviado al canal de tareas del Teams.	Rúbrica para el informe.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance de proyecto	Heteroevaluación	Formativa

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	JAT	Secretaría Académica
TONOMA	captar la atención y	
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	encausar su interés.	
	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.	
	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	

Sallary U/A	\T			Secre Acade	taría émica
TONOWA	internacionales,				
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	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.				
	El profesor en chat				
	académico señala				
	los requisitos para				
	presentación del				
	informe escrito de la				
	información general				
	de los 3 mercados				
	potenciales de				
	exportación				
	El equipo interactúa				
	en chat del Teams				
	con el profesor sobre				
	las				
	opciones de				
	búsqueda				
	electrónica para la				
	obtención de				
	información				
	presentada.				
	Plantea dudas.				





IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA  (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)  UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO								
UNID	AD O BLOQUE TEMATICO							
NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	Unidad 3 Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)							
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	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.							



	LWVERSIII	Secretaría Académica								
	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	3.5 Afinidad comercial (antecedentes comerciales con México). 3.6 Índice de Desempeño logístico (LPI). – Banco mundial  Eficiencia aduanera Calidad de la infraestructura Competitividad de transporte internacional de carga Competencia y calidad en los servicios logísticos Puntualidad en el transporte de carga Capacidad de seguimiento y rastreo de los envíos  3.6.1. Perfil logístico Panorama general de infraestructura  Acceso aéreo	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.  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	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  .El equipo procederá a investigar y documentar la información de los indicadores del estudio del informe general de los mercados potenciales de exportación.	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 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 aeneral de los	5	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.	Rúbrica para el informe.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance de proyecto	Heteroevaluación	Formativa

TONOMAR	<b>\ 1</b>			Acade	emica
TONOWA	exportación, se	mercados		-	
VERDAD, BELLEZA, PRAEBUIAciones	diseña el	potenciales de			
generales	"Cuestionario de la	exportación.			
	Información general				
Artículos	del mercado				
prohibidos	potencial de				
	exportación"				
Especificaciones	contextualizado a				
especiales	través de una serie				
	de indicadores y				
Otros aspectos	muestra las				
importantes para	instrucciones para el				
la logística	llenado.				
	Además explica que				
Normatividad	deberá realizarse				
fitosanitaria	una investigación				
	documental con				
Negociación	información actual				
internacional	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.				
	El profesor en chat				

THE SHAPE OF THE S	<b>Α</b> Τ			Secre Acade	taría émica
AN TONOWA B	académico señala				
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	los requisitos para				
	presentación del				
	informe escrito de la				
	información general				
	de los 3 mercados				
	potenciales de				
	exportación				
	El equipo interactúa				
	en chat del Teams				
	con el profesor sobre				
	las				
	opciones de				
	búsqueda				
	electrónica para la				
	obtención de				
	información				
	presentada.				
	Plantea dudas.				





· ·	IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA glose de la Unidad o Bloque Temático)
	AD O BLOQUE TEMÁTICO
NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	Unidad 3 Información general del mercado potencial de exportación (Perfil país)
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	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.



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)	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.  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	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), 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  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 de información general.  Los integrantes del equipo proceden al llenado de la tabla	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 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  El profesor proporciona en el canal de publicaciones de trabajo para la siguiente clase	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	Rúbrica para la tabla comparativa  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance del proyecto	Heteroevaluación	Sumativa

SAUTHWARM IN A STATE OF THE SA	T				Secre Acade	taría émica
	mayor grado de factibilidad para	comparativa, evaluación de cada indicado y				
	desarrollar una	realizan el análisis de la				
	exportación <i>la</i>	información para				
		posteriormente ser				
	Los integrantes del	enviada al canal de				
	equipo interactúan	tareas del Teams.				
	en chat académico					
	con el profesor sobre					
	el método y los					
	criterios de evaluación en la					
	tabla comparativa.					
	tabla comparativa.					

(Desg	IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA dose de la Unidad o Bloque Temático)
UNIDA	AD 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	N	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA			PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
9	25 al 29	Información	El profesor en el	El profesor en el canal de	El profesor en	5	Informe escrito		Heteroevaluación	Formativa
	octubre	comercial	Teams de la	publicaciones del Teams	chat académico		por equipo del	Rúbrica para el		
		producto-mercado	asignatura presenta	ofrece directorio de	aclara dudas,		cuestionario de la	informe.		
		potencial de	a los estudiantes	fuentes de consultas de	retroalimenta e		información			
		exportación.	diapositivas sobre la	<i>información</i> de	interroga a los		comercial	Guía de		
		(indicadores:	Información	organismos nacionales e	estudiantes		producto-	observación		
		potencial de venta,	comercial producto.	internacionales y páginas	sobre el logro de		mercados	(para el trabajo		

	$\mathcal{O}$ / (1					Acade	emica
TONOMA tamaño	y -mercado potencial	de internet dedicadas a	lo aprendido para	potenciales de	en equipo y	==	
VERDAD, BELLEZA, PR <b>EXPONS</b> IÓN	del de exportación y	los negocios	su desarrollo	exportación,	para exposición		
mercado)	explica la	internacionales, en	futuro	cubriendo los	del trabajo)		
Segmenta	ción de importancia de	relación a los indicadores	profesional.	indicadores el			
mercado.	4.2 investigar e	requeridos para este, el	El profesor en el	potencial de	Lista de cotejo		
Tamaño d	el identificar el	profesor <i>guía y asesora</i>	canal de tareas	venta, tamaño	de avance del		
mercado.	4.3 potencial de venta,	a los integrantes de	del Teams realiza	actual, y	proyecto		
Consumo	per tamaño actual, y	equipo sobre la mecánica	observaciones en	expansión del			
cápita. 4.4	expansión del	de cómo proceder a la	su caso al informe	mercado,			
Demanda	esperada mercado, consumo	búsqueda electrónica de	escrito y sugiere	consumo per-			
del produc	to. per-cápita,	la información,	fuentes de	cápita, demanda,			
	demanda, del	explicando a detalle cada	información a los	en los mercados			
	producto en los	uno de los indicadores	a los integrantes	potenciales de			
	mercados	para determinar el	del equipo de	exportación que			
	potenciales de	potencial de venta ,	aspectos	se estudian			
	exportación que se	tamaño y expansión del	faltantes, no	(Avances de la			
	estudian.	mercado	actualizados o	práctica No.5)			
			mal	para ser enviado			
	El profesor en el	El equipo procederá a	documentados de	al Teams de la			
	canal de tareas del	investigar y documentar	los indicadores	asignatura.			
	Teams presenta un	la información de los	del estudio.				
	desglose de	indicadores del estudio					
	actividades para la	del informe comercial	Proporciona en el				
	ejecución de esta	producto-mercados	canal de				
	etapa, señalando	potenciales de	publicaciones del				
	que Seleccionados	exportación para	Teams				
	los tres mercados	posteriormente ser	indicaciones				
	potenciales de	enviada al canal de	de trabajo para la				
	exportación, se	tareas del Teams.	siguiente clase:				
	diseña el	•	barrera				
	"Cuestionario de la		arancelarias y no				
	Información		arancelarias				
	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						

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	JAT		Secr Acad	etaría Jémica
TONOWA	información actual		-	
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	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.			
	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 profeso sobre			
	las			
	opciones de			
	búsqueda			
	electrónica para la			
	obtención de			
	información			
	presentada.			
	Plantea dudas.			





#### 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	N	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	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	El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información comercial productomercado 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	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	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 a los integrantes del equipo de	5	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 productoen los mercados potenciales de	Rúbrica para el informe.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance del proyecto	Heteroevaluación	Formativa

		<b>\ 1</b>				Acade	emica
	TONOM Cantidades que	comercial de	potencial de venta ,	aspectos	exportación que		
VE	RDAD, BELLEZA, PR <b>ERDON</b> O	exportadores	tamaño y expansión del	faltantes, no	se estudian.		
		nacionales en los	mercado	actualizados o	(Avances práctica		
		mercados		mal	No.5) para ser		
	4.5.1 Producción	potenciales de	El equipo procederá a	documentados de	enviado al Teams		
	local, cantidades	exportación que se	investigar y documentar	los indicadores	de la asignatura.		
	del producto que	estudian.	la información de los	del estudio.			
	se producen en el		indicadores del estudio				
	país de estudio en	El profesor en el	del informe comercial	Proporciona en el			
	los últimos 5 años.	canal de tareas del	producto-mercados	canal de			
	ios aitimos s anesi	Teams presenta un	potenciales de	publicaciones del			
		desglose de	exportación para	Teams			
		actividades para la	posteriormente ser	indicaciones			
		ejecución de esta	enviada al canal de	de trabajo para la			
		etapa, señalando	tareas del Teams.	siguiente clase:			
		que Seleccionados	tureus der reams.	barrera			
		los tres mercados	•	arancelarias y no			
		potenciales de		arancelarias			
		exportación, se		arancelarias			
		diseña el					
		"Cuestionario de la					
		Información					
		comercial producto-					
		mercado potencial					
		de exportación"					
		•					
		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					
		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					
1	i	:-f	1	1			

inf<u>ormación,</u>

LAWA LING MAN LING MA	Secre Acade	Secretaría Académica				
TONOWA	como la fecha de la					
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	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 profeso sobre					
	las					
	opciones de					
	búsqueda					
	electrónica para la					
	obtención de					
	información					
	presentada.					
	Plantea dudas.					





IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)							
UNIDA	AD 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 noviembr e	Información comercial producto-mercado potencial de exportación. (indicadores: potencial de venta, tamaño y expansión del mercado) 4.5.2.1. Importaciones Cantidades que importa del producto el mercado en cuestión y mercados de origen en los últimos 5 años del producto	El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información comercial productomercado potencial de exportación y explica la importancia de investigar e identificar, importaciones que del producto de estudio reali zan 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 productomercado potencial de exportación" contextualizado a través de una serie de indicadores y muestra las instrucciones para el	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  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.	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 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 del trabajo para la siguiente clase: barrera arancelarias y no arancelarias	5	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 el mercado 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.	Rúbrica para el informe.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance del proyecto	Heteroevaluación	Formativa

Sall Invited in the second of	<b>T</b>			Secre Acade	taría émica
TONOWA	llenado.			==	
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	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.				
	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 profeso sobre				
	las				
	opciones de				
	búsqueda				
	electrónica para la				
	obtención de				
	información				
	presentada.				
	Plantea dudas.				
	Fiullieu uuuus.				





# 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

estudian.

del producto con México y % de participación comercial de exportadores nacionales en los mercados potenciales de exportación que se



SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	MOMENTOS DE LA CÁTEDRA				PRODUCTO	Instrumentos de Evaluación	Tipo de Evaluación (Autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación)	Momento de Evaluación (Diagnóstica, Formativa, Sumativa)
			Apertura	Desarrollo	Cierre					
12	15 al 19 noviembr e	Información comercial producto-mercado potencial de exportación. (indicadores: potencial de venta, tamaño y expansión del mercado) 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 4.5.2.3 Balanza comercial del producto con México  4.5.3. Participación de exportadores mexicanos (cantidades exportadas durante el último año del estudio	El profesor en el Teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información comercial productomercado 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.  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 exportacións de esta etapa, señalando que, Seleccionados los tres mercados potenciales de exportación, se	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  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.	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 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 del trabajo para la siguiente clase: barrera arancelarias y no arancelarias	5	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.	Rúbrica para el informe.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance del proyecto	Heteroevaluación	Sumativa

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD				Secre Acade	taría émica
TONOWA	diseña el				
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	"Cuestionario de la				
	Información				
	comercial producto-				
	maranda natanaini				
	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				
	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.				
	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 profeso sobre				
	las				
	opciones de				
	búsqueda				

SHILLY WALLES	<b>Д</b> Т						Secre Acad	etaría émica
AL TONOWA B								
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD								
	presentada.							
	Plantea dudas.							
		VHRDAD, BELLEZA, PROBIDAD  electrónica para la obtención de información presentada.	VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD  electrónica para la obtención de información presentada.	VHRDAD, BELLEZA, PROBIDAD  electrónica para la obtención de información presentada.	VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD  electrónica para la obtención de información presentada.	VHRDAD, BELLEZA, PROBIDAD  electrónica para la obtención de información presentada.	VHRDAD, BELLEZA, PROBIDAD  electrónica para la obtención de información presentada.	VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD  electrónica para la obtención de información presentada.





### UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:

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

Unidad 5.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (barreras arancelarias y no arancelarias)

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 zoosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación) aplicables al producto que se desea exportar.

SEMANA No.	FECHA	CONTENIDO TEMÁTICO	N	IOMENTOS 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	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	El profesor en teams de la asignatura presenta a los estudiantes diapositivas sobre la Información comercial productomercado potencial de exportación y explica la importancia de investigar e identificar. aranceles, legislaciones contingentes,) aplicables al producto que se desea exportar.  El profesor en el	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	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 a los integrantes	5	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	Rúbrica para el informe.  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo de avance de proyecto	Heteroevaluación	Formativa

\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\\	<b>V</b> I				Acade	emica
TONOWA	Teams presenta un	aranceles, contingentes y	aspectos		-	
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD	desglose de	legislación aplicable al	faltantes, no			
	actividades para la	producto	actualizados o			
	ejecución de esta		mal			
	etapa, señalando	.El equipo procederá a	documentados de			
	que Seleccionados	investigar y documentar	los indicadores			
	los tres mercados	la información de los	del estudio.			
	potenciales de	indicadores del estudio				
	exportación, se	del informe comercial	Proporciona en el			
	diseña el	producto-mercados	canal de			
	"Cuestionario de la	potenciales de	publicaciones del			
	Información	exportación para	teams			
	comercial producto-	posteriormente ser	indicaciones			
	mercado potencial	enviada en el canal de	de trabajo para la			
	de exportación"	tareas del teams.	siguiente clase:			
	contextualizado a		barrera			
	través de una serie		arancelarias y no			
	de indicadores y		arancelarias			
	muestra las					
	instrucciones para el					
	llenado.					
	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.					
	El profesor en chat					
	académico señala					
	los requisitos para					
	presentación del					
	informe escrito de la					
	información					
	comercial producto-					
	mercado potenciales					
	de exportación					
	ac expertación			I		

Swill Williams	Secre Acade	Secretaría Académica						
VHRDAD, BELLEZA, PROBIDAD	El equipo en chat académico interactúa con el profeso sobre las opciones de búsqueda electrónica para la obtención de información presentada.							

IMPARTICIÓN DE CÁTEDRA (Desglose de la Unidad o Bloque Temático)									
UNIDA	AD O BLOQUE TEMÁTICO								
NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	Unidad 5 Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (barreras arancelarias y no arancelarias)								
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	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 zoosanitarias, Exigencias en materia de embalaje y en marca de origen, licencias de importación) aplicables al producto que se desea exportar.								

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

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

WVERSI	AD, BELLEZA,		ΛT			Secre Acade	taría émica	
	4MONOTA		información actual					i
VERDA	AD, BELLEZA, P	ROBIDAD	de cada uno de los					i
			indicadores,					i
			mencionando que					i
			cada Indicador debe					i
			contener un					i
			señalamiento de la					l
			fuente u origen					l
			donde se obtiene la					l
			información, así					l
			como la fecha de la					l
			última consulta.					l
								l
			El profesor en chat					l
			académico señala					l
			los requisitos para					l
			presentación del					l
			informe escrito de la					l
			información					l
			comercial producto-					l
			mercado potenciales					l
			de exportación					l
								l
			El equipo en chat					l
			académico					l
			interactúa					l
			con el profeso sobre					l
			las					l
			opciones de					l
			búsqueda					l
			electrónica para la					ı
			obtención de					l
			información					ı
			presentada.					l
								ı
			Plantea dudas.					l
								ł





## UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:

OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:

Unidad 5.- Información comercial del producto- mercado potencial de exportación (barreras arancelarias y no arancelarias)

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)..

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	El profesor en el canal de publicaciones del teams presenta a los estudiantes diapositiva 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.  El profesor en chat académico explica el método y criterios	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	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 cuando los integrantes del equipo tienen problemas para comprender el	5	Informe escrito por equipo de la tabla comparativa de la información comercial productomercados 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	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

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

evaluación en la tabla comparativa.





UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO								
NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	Unidad 6. Información sobre precios internacionales							
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:	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 <b>(práctica 7)</b>							

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 profeso 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

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

Secretaria





#### **UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO**

NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:

Unidad 6. Información sobre precios internacionales

OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO:

Construye y analiza tabla <u>comparativa integral</u> de los indicadores de la información general y comercial- producto-mercados potenciales de exportación incluye indicadores:

<u>Tabla comparativa de la información general de los mercados potenciales de exportación</u>: 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).** 

<u>Tabla comparativa de la información comercial producto- mercados potenciales de exportación</u>: 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**).

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 productomercados potenciales de exportación. (Perfil y estudio productomercado).	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	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	El profesor en chat académico aclara dudas, retroalimenta e interroga a los estudiantes sobre el logro de lo aprendido para su desarrollo futuro profesional.	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	Rúbrica para la tabla comparativa información comercial  Guía de observación (para el trabajo en equipo y para exposición del trabajo)  Lista de cotejo	Heteroevaluación	Sumativa
			considerados en la tabla comparativa	competitividad global, balanza comercial con	canal de tareas del teams realiza		resultados que permita señalar el	de avance de proyecto		

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

indicador y realizan el

SHITANWE	<b>U</b> AT				Secre Acade	taría émica
VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD		análisis de la información para posteriormente ser enviada al canal de				
		tareas del teams.				

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA Y ELECTRÓNICA (APA)							
Básica	<ol> <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. 4º. Edición (2016). Editorial Mc Graw Hill</li> </ol>						
	<ol> <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>						
	Páginas de Internet de consulta especializadas en los negocios Internacionales.  www. indeximundi.com  www. cia world factbook						
	<u>www.atlamundi-</u> Información general de los países <u>www.theodora.com/flag-</u> Información sobre banderas, himnos, moneda, formas de gobierno.						
	<u>www.qeographic.com-</u> Información sobre geografía, clima, recursos de los países. <u>www.promexico.mx</u> <a href="http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/">http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/</a> sistema integral de información del comercio exterior.						
	www.promueve.gob.bo/pais.aspx perfiles de mercados de exportación (Perfil país oportunidades de negocio) Sistema de información comercial vía internet( siavi)						
Complementaria	www.economia-snci.qob.mx/ Compañías Mundiales que miden el riesgo político. COFACE –Compañía Francesa de Seguros para el Comercio Exterior www.coface.com.mx						
	-OCDE- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico www.oecd.org						
	- CESCE- Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación.www.cesce.es						
	Foro económico mundial-Índices de competitividad  www.weforum.org  http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/						
	sistema integral de información del comercio exterior <u>www.siicex.gob.pe</u> <u>Barreras no arancelarias y regulaciones para exportar a distintos mercados</u> <u>www.santander</u> trade  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

Marcket 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
LLABORO	TECHA	Dependencia Academia	ACTOALIZO	TECHA	Dependencia Academia
Humberto Hermosillo Richartt	04/12/2017	Facultad de Comercio y	Humberto Hermosillo Richartt	14/05/2022	Facultad de Comercio y Administración
		Administración de			de Tampico/Academia de Mercadotecnia
		Tampico/Academia de			
		Mercadotecnia			
Lourdes Leticia Cárdenas Segovia	04/12/2017	Facultad de Comercio y			
		Administración de			
		Tampico/Academia de			
		Mercadotecnia			