



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

UAT

Secretaría
Académica

R-OP-01-06-16

Planes de Negocios para la Internacionalización

Unidad de Enseñanza Aprendizaje e Impartición de Cátedra

Firma y sello de aprobación
por la DES

PROGRAMA EDUCATIVO:	LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
MODALIDAD:	PRESENCIAL
FACULTAD, UNIDAD ACADÉMICA O CENTRO DE TRABAJO:	FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DE TAMPICO
MODELO DE FORMACIÓN:	EN COMPETENCIAS
TIPO:	COMÚN

Dirección de Desarrollo Curricular

Revisión 3
ACT. 05/04/2019

Unidad de Enseñanza Aprendizaje e Impartición de Cátedra

PERFIL DOCENTE DE LA UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE				
FORMACIÓN PROFESIONAL	HABILIDADES INTELECTUALES	COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS	EXPERIENCIA LABORAL	VALORES
Licenciado En Administración de Empresas, Licenciado en Mercadotecnia o carrera a fin.	Habilidad para la elaboración de planes de negocio internacionales.	Competencias Cognitivas Competencias Sociales Competencias Comunicativas Competencias Tecnológicas Competencias Personales Habilidades de Planificación y organización del curso. Habilidades Didácticas Habilidades de Evaluación	Experiencia de 2 años en mandos medios o empresario.	Ética en los negocios, orientación hacia la sostenibilidad.

UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE									
Datos Generales									
FACULTAD, UNIDAD ACADÉMICA O CENTRO DE TRABAJO:			FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN DE TAMPICO						
PROGRAMA EDUCATIVO:			LICENCIADO EN NEGOCIOS INTRENACIONALES						
DATOS GENERALES:									
ASIGNATURA:	PLANES DE NEGOCIOS PARA LA INTRENACIONALIZACIÓN			NÚCLEO DE FORMACIÓN:	NFP		PERIODO ESCOLAR:	9°	
CLAVE:	HTC	HTI:	TH:	TC:	MATERIA ANTECEDENTE	MATERIA CONSECUENTE	TIPO:		
G.SA35.324.05-05	4	1	5	5	Desarrollo de Emprendedores	Ninguna	OBLIGATORIA (X)	OPTATIVA ()	
CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA EN EL PERFIL DE EGRESO INSTITUCIONAL		Creatividad e innovación y calidad para generar nuevas ideas en el trabajo. Habilidad para trabajar en un contexto internacional. Ética y actitud positiva hacia el trabajo.							
ATRIBUTOS DEL PERFIL DE EGRESO		Formular, desarrollar, dirigir y evaluar la viabilidad de proyectos y planes de negocios y/o de comercio internacional bajo principios éticos, considerando los aspectos multiculturales, técnicos, financieros/económicos, de mercado, y desarrollo sustentable, así como la normatividad nacional e internacional establecida al respecto. Utilizar tecnologías de información especializadas y de vanguardia para la operación, comercialización y toma de decisiones. Trabaja en equipo ejerciendo liderazgo, proactivo, innovador y tomador de decisiones en su ámbito laboral.							
OBJETIVO GENERAL DE LA UEA		Elabora un plan de negocios para la internacionalización de la empresa de acuerdo con la legislación actual.							



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

ATRIBUTOS DE LA UEA

SABER	SABER HACER	SABER SER
<p><i>Conocimientos/ Competencias Cognitivas.</i> <i>Conoce los fundamentos para la internacionalización de las empresas.</i> <i>Conoce el contexto de la economía internacional.</i> <i>Conoce la estructura del plan de negocios para la internacionalización.</i></p>	<p><i>Habilidades/ Competencias Instrumentales y aptitudinales.</i> <i>Analiza los diferentes enfoques del proceso de la internacionalización.</i> <i>Distingue las diferentes características de la empresa multinacional, trasnacional y globales.</i> <i>Distingue las oportunidades de negocio en mercados internacionales.</i> <i>Analiza los diferentes escenarios de la economía mundial.</i> <i>Distingue el estado competitivo de las economías emergentes y desarrolladas.</i> <i>Analiza y distingue los tratados y acuerdos de comercio internacional.</i> <i>Desarrolla el plan de negocios para la internacionalización de una empresa.</i></p>	<p><i>Actitudes y valores/ Competencias sistémicas e interpersonales</i> <i>Ser éticos.</i> <i>Orientados a objetivos de desarrollo sostenido.</i> <i>Trabajo colaborativo.</i> <i>Impacto ecológico (Ecofriendly).</i> <i>Orientados al impacto social.</i></p>

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UEA (Producto Integrador de la UEA)

PRODUCTO INTEGRADOR DE LA UEA	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p><i>Elaborar un plan de negocios para la internacionalización</i></p>	<p>10 Competente</p>	<p><i>Entrega en tiempo y forma</i> <i>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva.</i> <i>Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</i> <i>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</i> <i>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</i> <i>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</i> <i>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</i> <i>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</i> <i>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</i></p>



UAT

Secretaría Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

			<p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>
9	Satisfactorio	<p>Entrega en tiempo y forma en un 90%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p> <p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p> <p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>	
8	Suficiente	<p>Entrega en tiempo y forma en un 80%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p> <p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p> <p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector</p>	



			<p>en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>
7	Básico	<p>Entrega en tiempo y forma en un 70%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p> <p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p> <p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>	
6	Elemental	<p>Entrega en tiempo y forma en un 60%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p> <p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p> <p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p>	



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

Secretaría Académica

			<p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>
	NA	Aún no competente	<p>Entrega en tiempo y forma en un 50%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p> <p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p> <p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

NÚMERO Y NOMBRE	I. FUNDAMENTOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN				
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	Analiza e interpreta los fundamentos para la internacionalización empresarial y el contexto de la economía internacional.				
TIEMPO/DURACIÓN	10 horas				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
1.1 La internacionalización y su importancia. 1.2 La empresa multinacional, trasnacional y global. 1.3 Modelos de negocios y enfoques del proceso de internacionalización. 1.3.1 El enfoque escandinavo 1.3.2 Enfoque en red. 1.3.3 Proceso de internacionalización acelerado (New ventures, Born Global, etc). 1.3.4 Proceso de internacionalización en empresas de servicios. 1.3.5 Enfoque industrial. 1.4 Formas de la internacionalización de las empresas. 1.5 Generalidades de los aspectos legales para la internacionalización. 1.5.1 Aduanas 1.5.2 Impuestos 1.5.3 Aranceles 1.5.4 Otros 1.5 Icoterms, gestión del comercio exterior y negociación internacional.	1. Trabajo colaborativo 2. Cuadro de doble entrada o comparativo 3. Resolución de casos 4. Investigación	1. Encuadre. 2. Proporcionar información 3. Da seguimiento 4. Dar instrucciones 5. Dar acompañamiento	Apertura: 1. Completar frases incompletas. Desarrollo: 2. Elaborar un cuadro comparativo de las características de las empresas multinacional, trasnacional y global. 3. Elaborar lectura conducida de los diferentes modelos y confeccionar una ficha de trabajo de cada modelo. 4. Elaborar casos prácticos de formas de internacionalización de las empresas. 5. Investigar ejemplos de los aspectos legales para la internacionalización. Cierre: 6. Reflexión grupal.	1. Lista de cotejo 2. Rúbrica 3. Guías de observación	1. Computadora 2. Cañón 3. Internet 4. Office 5. Bibliografía 6. Leyes



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO		
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<i>Elaborar un caso práctico de los fundamentos de la internacionalización</i>	10	COMPETENTE <i>Entrega en tiempo y forma Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Respeto la participación de sus compañeros. Caso: Elabora un análisis del caso Elabora una propuesta de solución al caso: seleccionando el modelo más adecuado, aplicando correctamente las formas de internacionalización y los aspectos legales</i>
	9	SATISFACTORIO <i>Entrega en tiempo y forma en un 90% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Respeto la participación de sus compañeros. Caso: Elabora un análisis del caso Elabora una propuesta de solución al caso: seleccionando el modelo más adecuado, aplicando correctamente las formas de internacionalización y los aspectos legales</i>
	8	SUFICIENTE <i>Entrega en tiempo y forma en un 80% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Respeto la participación de sus compañeros. Caso: Elabora un análisis del caso Elabora una propuesta de solución al caso: seleccionando el modelo más adecuado, aplicando correctamente las formas de internacionalización y los aspectos legales</i>
	7	BASICO <i>Entrega en tiempo y forma en un 70% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Respeto la participación de sus compañeros. Caso: Elabora un análisis del caso Elabora una propuesta de solución al caso: seleccionando el modelo más adecuado, aplicando correctamente las formas de internacionalización y los aspectos legales</i>
	6	ELEMENTAL <i>Entrega en tiempo y forma en un 60% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Respeto la participación de sus compañeros. Caso: Elabora un análisis del caso Elabora una propuesta de solución al caso: seleccionando el modelo más adecuado, aplicando correctamente las formas de internacionalización y los aspectos legales</i>
	NA	AÚN NO COMPETENTE <i>Entrega en tiempo y forma en un 50% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Respeto la participación de sus compañeros. Caso: Elabora un análisis del caso Elabora una propuesta de solución al caso: seleccionando el modelo más adecuado, aplicando correctamente las formas de internacionalización y los aspectos legales</i>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO

NÚMERO Y NOMBRE	II. LA ECONOMÍA INTERNACIONAL				
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	Analiza y transfiere los escenarios de la economía mundial a las empresas para la toma de decisiones.				
TIEMPO/DURACIÓN	15 horas				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
2.1 Escenarios de la economía mundial. 2.2 Economías emergentes y desarrolladas. 2.3 Tratados y acuerdos de comercio internacional. 2.4 Perspectivas globales y diferencias culturales.	1. Trabajo colaborativo 2. Investigación 3. Ejercicios 4. Exposición	5. Proporcionar información 6. Da seguimiento 7. Dar instrucciones 8. Dar acompañamiento	Apertura: 1. Colaborativamente en pareja y luego grupal resumo yo, resúmenes tú. Desarrollo: 2. Identificar a través de imágenes cuales son las economías emergentes y desarrolladas. 3. Investigar los diferentes tratados y acuerdos de comercio internacional. 4. Observar detenidamente las perspectivas globales y culturales de México vs otros países a través del Global EDGE. 5. Seleccionar los países para la exportación en base a los tratados y acuerdos de comercio internacional y las diferencias culturales. Cierre: 6. Exposición de la actividad anterior.	1. Lista de cotejo 2. Rúbrica 3. Guías de observación	1. Computadora 2. Cañón 3. Internet 4. Office 5. Bibliografía 6. Leyes



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

			7. Elaborar un organizador grafico grupal.		
--	--	--	--	--	--

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO		
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO	CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<i>Elaborar un reporte que mencione los países a los que pretende exportar, así como el acuerdo de cooperación internacional en el que se está basando, incluyendo información sobre las diferencias culturales.</i>	10	COMPETENTE <i>Entrega en tiempo y forma Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Trabaja colaborativamente respetando los roles asignados Reporte: Selecciona adecuadamente el mercado internacional al que va a dirigir el producto. Selecciona de manera asertiva el tratado o acuerdo de cooperación internacional. Identifica los aspectos culturales del país o países donde pretenden exportar.</i>
	9	SATISFACTORIO <i>Entrega en tiempo y forma en un 90% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Trabaja colaborativamente respetando los roles asignados Reporte: Selecciona adecuadamente el mercado internacional al que va a dirigir el producto. Selecciona de manera asertiva el tratado o acuerdo de cooperación internacional. Identifica los aspectos culturales del país o países donde pretenden exportar.</i>
	8	SUFICIENTE <i>Entrega en tiempo y forma en un 80% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Trabaja colaborativamente respetando los roles asignados Reporte: Selecciona adecuadamente el mercado internacional al que va a dirigir el producto. Selecciona de manera asertiva el tratado o acuerdo de cooperación internacional. Identifica los aspectos culturales del país o países donde pretenden exportar.</i>
	7	BASICO <i>Entrega en tiempo y forma en un 70% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Trabaja colaborativamente respetando los roles asignados Reporte: Selecciona adecuadamente el mercado internacional al que va a dirigir el producto. Selecciona de manera asertiva el tratado o acuerdo de cooperación internacional. Identifica los aspectos culturales del país o países donde pretenden exportar.</i>
	6	ELEMENTAL <i>Entrega en tiempo y forma en un 60% Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía Trabaja colaborativamente respetando los roles asignados Reporte: Selecciona adecuadamente el mercado internacional al que va a dirigir el producto.</i>



			<p><i>Selecciona de manera asertiva el tratado o acuerdo de cooperación internacional.</i> <i>Identifica los aspectos culturales del país o países donde pretenden exportar.</i></p>
	NA	AÚN NO COMPETENTE	<p><i>Entrega en tiempo y forma en un 50%</i> <i>Redacción clara, ordenada y sin errores de ortografía</i> <i>Trabaja colaborativamente respetando los roles asignados</i> <i>Reporte:</i> <i>Selecciona adecuadamente el mercado internacional al que va a dirigir el producto.</i> <i>Selecciona de manera asertiva el tratado o acuerdo de cooperación internacional.</i> <i>Identifica los aspectos culturales del país o países donde pretenden exportar.</i></p>

UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO					
NÚMERO Y NOMBRE	III. ESTRUCTURA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN				
OBJETIVO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	Analiza y elabora un plan de negocios para la internacionalización de la empresa de acuerdo con la legislación actual.				
TIEMPO/DURACIÓN	39 horas				
DESGLOSE DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS			INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	RECURSOS
	Estrategia	Actividades de Enseñanza	Actividades de Aprendizaje		
<p>3.1 Resumen ejecutivo.</p> <p>3.2 Descripción del negocio.</p> <p>3.2.1 Descripción de la idea.</p> <p>3.2.2 Valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas).</p> <p>3.2.3 Datos de emprendedores, socios e inversores.</p> <p>3.2.4 Estructura organizacional (organigrama).</p> <p>3.2.5 Constitución y denominación legal del negocio.</p> <p>3.2.6 Tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico).</p> <p>3.2.7 Ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa).</p>	<p>1. Trabajo colaborativo</p> <p>2. Investigación</p> <p>3. Estructuración del proyecto</p>	<p>1. Proporcionar información</p> <p>2. Da seguimiento</p> <p>3. Dar instrucciones</p> <p>4. Dar acompañamiento</p>	<p>Apertura:</p> <p>1. Colaborativamente en pareja y luego grupal resumo yo, resumes tú.</p> <p>Desarrollo:</p> <p>1. Investigar cuales son los diferentes tipos de sociedades mercantiles para la constitución legal de una empresa que tiene como objeto actos de comercio exterior.</p> <p>2. Realizar lluvia de ideas para el diseño de marca.</p>	<p>1. Lista de cotejo</p> <p>2. Rúbrica</p> <p>3. Guías de observación</p>	<p>1. Computadora</p> <p>2. Cañón</p> <p>3. Internet</p> <p>4. Office</p> <p>5. Bibliografía</p> <p>6. Leyes</p> <p>7. Laboratorio de cómputo</p>



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

<p>3.2.8 Análisis FODA.</p> <p>3.2.9 Misión, visión y valores institucionales.</p> <p>3.3 Descripción del producto.</p> <p>3.3.1 Marca.</p> <p>3.3.2 Características del producto (diseño de prototipo).</p> <p>3.3.3 Envase, embalaje y canales de distribución.</p> <p>3.3.4 Políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.).</p> <p>3.3.5 Clasificación arancelaria.</p> <p>3.3.6 Innovación.</p> <p>3.4 Análisis técnico.</p> <p>3.4.1 Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt.</p> <p>3.4.2 Costos de producción.</p> <p>3.4.3 Mobiliario y equipamiento</p> <p>3.4.4 Mano de obra, sueldos y salarios.</p> <p>3.4.5 Insumos y proveedores.</p> <p>3.4.6 Capacidad productiva vs capacidad instalada.</p> <p>3.4.7 Cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>3.5 Estrategias de marketing internacional y estrategias de entrada.</p> <p>3.5.1 Objetivos de mercadotecnia.</p> <p>3.5.2 Análisis del mercado meta.</p> <p>3.5.3 Análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación)</p> <p>3.5.4 Análisis de la demanda (estudio de mercado).</p> <p>3.5.5 Análisis del entorno internacional.</p> <p>3.5.6 Pricing.</p> <p>3.5.7 Análisis estratégico del sector en el ámbito internacional.</p>			<p>3. Identificar a través de Trade map, cuáles son los flujos de comercio exterior por productos para el análisis de la oferta.</p> <p>4. Investigar los indicadores del análisis de la demanda, análisis del mercado meta, mercados alternativos y competitivos dentro del marco del marketing internacional mediante.</p> <p>Cierre:</p> <ol style="list-style-type: none"> Exposición dialogada del plan de negocios para la internacionalización. Muestra empresarial y presentación del prototipo del producto. 		
---	--	--	---	--	--



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

<p>3.5.8 Plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>3.6 Análisis financiero.</p> <p>3.6.1 Proyección de ventas.</p> <p>3.6.2 Estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios).</p> <p>3.6.3 Análisis de indicadores financieros (VPN, TIR, ROA, ROI).</p> <p>3.6.4 Determinación de Punto de equilibrio.</p> <p>3.6.5 Programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>3.7 Viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la nueva empresa como inversión y requerimientos de capital para el proyecto.</p>					
--	--	--	--	--	--

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO			
PRODUCTO DE LA UNIDAD O BLOQUE TEMÁTICO	NIVELES DE DOMINIO		CRITERIOS DE DESEMPEÑO
<p>Elaborar un plan de negocios para la internacionalización.</p>	10	COMPETENTE	<p>Entrega en tiempo y forma</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva.</p> <p>Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p> <p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p>



UAT

Secretaría Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

			<p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>
9	SATISFACTORIO	<p>Entrega en tiempo y forma en un 90%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p> <p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p> <p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>	
8	SUFICIENTE	<p>Entrega en tiempo y forma en un 80%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p>	



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

		<p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p> <p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>
7	BASICO	<p>Entrega en tiempo y forma en un 70%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <p>-Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros).</p> <p>-Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales.</p> <p>-Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación.</p> <p>-Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos.</p> <p>-Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad).</p> <p>-Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo).</p> <p>- Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.</p>
6	ELEMENTAL	<p>Entrega en tiempo y forma en un 60%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p>



UAT

Secretaría Académica

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

			<p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros). -Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales. -Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación. -Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos. -Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad). -Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo). - Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto.
	NA	AÚN NO COMPETENTE	<p>Entrega en tiempo y forma en un 50%</p> <p>Selecciona correctamente la idea del plan de negocios enfocado a la internacionalización, presenta el valor agregado, ventaja competitiva. Trabaja colaborativamente respetando roles asignados</p> <p>Contiene de manera completa e integradas las áreas funcionales de la empresa en el proyecto emprendedor:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Resumen ejecutivo: Descripción del modelo de negocio, características de I+D+i, empleos generados, problema que resuelve y justificación del proyecto de negocio (desarrollo tecnológico, impacto social, impacto ecológico y ambiental, otros). -Descripción del negocio: Descripción de la idea, valor agregado y diferenciador (ventajas competitivas), datos de emprendedores, socios, e inversores, estructura organizacional (organigrama), constitución y denominación legal del negocio, tipo de empresa (tamaño, sector, giro, alcance geográfico), ubicación (localización, instalaciones, dimensión de la empresa), análisis FODA, misión, visión, valores institucionales. -Descripción del producto: Marca, características del producto (diseño de prototipo), envase, embalaje, canales de distribución, políticas de precios (mayoreo, menudeo, etc.), clasificación arancelaria, innovación. -Análisis técnico: Procesos y/o procedimientos mediante el diagrama de flujo, la descripción y la gráfica de Gantt, costos de producción, mobiliario y equipamiento, mano de obra, sueldos y salarios, insumos y proveedores, capacidad productiva vs capacidad instalada, cálculo de precio de acuerdo con costos. -Estrategias de marketing internacional: Objetivos de mercadotecnia, análisis del mercado meta, análisis de la oferta (análisis de la competencia, del sector, segmentación), análisis de la demanda (estudio de mercado), análisis del entorno internacional, pricing, análisis estratégico del sector en el ámbito internacional, plan estratégico de mercadotecnia (estrategias de comunicación, estrategias de precio, branding, diseño del marketing experiencial, aliados clave, promoción, publicidad). -Análisis financiero: Proyección financiera mediante proyección de ventas, estados financieros proyectados (flujo de efectivo, balance general y estado de resultados en tres escenarios), análisis de VPN, TIR, ROA, ROI, análisis de punto de equilibrio, programa de recompra de acciones (cuando se trate de proyectos de inversión con capital de riesgo). - Viabilidad de la nueva empresa como inversión (factibilidad y rentabilidad) y requerimientos de capital para el proyecto



UAT

VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

Secretaría Académica

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA Y ELECTRÓNICA (APA)

Básica	<p>Alcaraz Rodríguez, Rafael (2015), <i>El emprendedor de éxito</i>, Quinta Edición, Editorial McGraw-Hill, pp. 328.</p> <p>Llamazares García-Lomas, Olegario (2017), <i>Plan de internacionalización para empresas</i>, Editorial GLOBAL MARKETING.</p> <p>Pla Barber, José y León Darder, Fidel (2006), <i>Dirección de empresas internacionales</i>, Primera Edición, Editorial PRENTICE HALL/ PEARSON, pp.357.</p>
Complementaria	<p>Baca Urbina, Gabriel (2016), <i>Evaluación de proyectos</i>, Octava Edición, Editorial McGraw-Hill, pp.432.</p> <p>Cavusgil, C.S.; Knight, G.; Riesenberger, J.R. (2017) <i>International business – strategy, management and the new realities</i>.</p> <p>Daniels, J.; Radebaugh L.; Sullivan D. (2018) <i>International Business - Environment & Operations</i>, 16th ed., Pearson</p> <p>Filipescu, D.; Prashantham, S.; Rialp, A.; Rialp, J- (2013) Technological Innovation and Exports: Unpacking Their Reciprocal Causality, <i>Journal of International Marketing</i>, Vol. 21 (1), pp.23-88.</p> <p>Hill, C.; Hult, T. (2016) <i>International business – Competing in the global marketplace</i>, 11th ed.</p> <p>Parboteeah K.P.; Cullen J.B. (2018) <i>International Business - Perspectives from developed and emerging markets</i>, 2nd ed., Routledge</p> <p>Páginas web para consultar:</p> <p>www.samarnat.com.gob.mx</p> <p>https://m.trademap.org</p> <p>https://globaledge.msu.edu/global-insights/by/country</p> <p>http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/</p> <p>https://www.wto.org/indexsp.htm</p>

ELABORÓ	FECHA	ADSCRIPCIÓN	ACTUALIZÓ	FECHA	ADSCRIPCIÓN
		Facultad, Unidad Académica o Centro de Trabajo y Academia			Facultad, Unidad Académica o Centro de Trabajo y Academia
Mtra. Elizabeth Lizeth Mayer Granados	28/06/2019	Facultad de Comercio y Administración de Tampico/Academia de Mercadotecnia			
Mtra. Lourdes Leticia Cárdenas Segovia	28/06/2019	Facultad de Comercio y Administración de Tampico/Academia de Mercadotecnia			