

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de la Ciénega



Programa de Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de Aprendizaje						Clave							
ESTRATEGIA Y CONSULTORÍA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS						I5416							
Programa Educativo en que se imparte				Nivel en el que se imparte la Unidad de Aprendizaje									
NEGOCIOS INTERNACIONALES				Licenciatura	Maestría	Doctorado							
				X									
Pre-requisitos	Tipo de Unidad de Aprendizaje				Carga Horaria Semanal		Créditos						
LOGÍSTICA INTERNACIONAL	☐ Curso	C	☐ Práctica	P	<table border="1"> <tr> <th>Teoría:</th> <th>Práctica:</th> <th>Total:</th> </tr> <tr> <td>2</td> <td>2</td> <td>4</td> </tr> </table>		Teoría:	Práctica:	Total:	2	2	4	8
	Teoría:	Práctica:	Total:										
	2	2	4										
	☒ Curso-Taller	CT	☐ Seminario	S									
	☐ Laboratorio	L	☐ Clínica	N									
☐ Co-requisitos		☐ Taller	T										
☐ Curso-Laboratorio	CL	☐ Módulo	M										
Ninguno													
Área de Formación	División		Departamento		Academia								
Básica Particular	Ciencias Económico Administrativas		Estudios Económicos e Internacionales		Estudios Internacionales								
Presentación													
El estudiante desarrollará la capacidad de elaborar, evaluar y operar proyectos de negocios internacionales, de cualquier organización, considerando la situación financiera, técnica y económica de las empresas, para lo cual se cumple con el objetivo de conocer, dominar y aplicar las diferentes herramientas financieras, políticas y sociales, de los diferentes países, considerando la certidumbre e incertidumbre de los negocios.													
Vinculación con otras Unidades de Aprendizaje													
Negociación Internacional													
Impacto de la Unidad de Aprendizaje en el perfil de egreso													

CD *[Firma]* *[Firma]*

Búsqueda de mayor competitividad y profesionalización de los egresados mediante la adecuación de los modelos de los contenidos y las estrategias didácticas docentes incluyendo las consideraciones de los organismos acreditadores, mercado laboral y estudios de egresados. Evaluación y decisión de las mejores opciones en relación a la cadena de suministro y de valor en apoyo a la mejor opción que apoye al plan internacional de negocios. Evaluar riesgos financieros de acuerdo al contexto político, económico y cultural del país meta para definir la viabilidad de los proyectos de negocios. Manejar, coordinar, asistir e implementar las actividades de mercadotecnia incluyendo investigación, planeación y ventas, enfocadas a satisfacer las necesidades de los clientes, evaluando las oportunidades y amenazas para la empresa u organización a nivel global así como el Desarrollo de Planes Estratégicos de Negocios a nivel Nacional e Internacional, con un mejor dominio del idioma inglés.

Ámbito de Aplicación Profesional de la Unidad de Aprendizaje

Campo Ocupacional: Como consecuencia del proceso de aprendizaje, el Licenciado en Negocios Internacionales egresa con una mentalidad que le permite liderar la creación de empresas comerciales, industriales o de servicios cuyo alcance no se limita a los mercados nacionales, sino que trasciende a mercados de la región o globales. También podrá laborar en funciones directivas de primer nivel como asesoramiento u operación técnica en una diversidad de puestos dentro de organizaciones privadas y públicas orientadas hacia los negocios internacionales en los diferentes sectores productivos del país: agricultura, minas y canteras, industria, electricidad, construcción, comercio, transporte y comunicación, servicios a empresas y servicios personales. Entre las funciones a desempeñar están: miembro del directorio empresarial, gerente general, director de negocios internacionales y gerente de operaciones internacionales. Otra amplia gama de oferta laboral incluye el marketing internacional, comercio exterior, administrativo, gerente de compras internacionales, logística internacional, analista de mercados internacionales, negociador internacional y promotor de inversión extranjera. En cuanto al asesoramiento, el graduado se puede desempeñar en las siguientes áreas: miembro del equipo de planificación, consultoría independiente y asesoría a empresas privadas y públicas cuyo campo de actividad sean los mercados internacionales.

Competencia Profesional de la Unidad de Aprendizaje

Al finalizar el curso el alumno tendrá la competencia profesional para tomar decisiones estratégicas en todas las áreas relacionadas con el análisis y desarrollo de proyectos internacionales dentro de la organización. Además tendrá la habilidad de trabajar en equipo, diseñar, implantar y controlar procesos que permitan a la empresa operar como un negocio global. Sus actividades van a transcurrir de manera permanente y continua a través del planeamiento, organización, dirección, control y diseño de actividades orientadas a ingresar y permanecer en mercados internacionales así como para atraer la inversión extranjera.

Competencias Básicas de la Unidad de Aprendizaje

CA *[Handwritten signature]*

Las competencias básicas estarán basadas en:

La adquisición y desarrollo de aptitudes, actitudes, capacidades, habilidades y valores para llevar a cabo un proyecto de negocio internacional de exportaciones y/o importaciones así como consultoría internacional de negocios aplicando las bases incluidas en la presente unidad de aprendizaje con la orientación a lograr la permanencia competitiva de los negocios.

Competencias de Aprendizaje de la Unidad de Aprendizaje

Capacidades. Competente en su área de acción, capaz de elaborar, evaluar y operar proyectos de negocios internacionales, de cualquier organización, considerando la situación financiera, técnica y económica de las empresas, capaz de competir en un mundo globalizado y con liderazgo.

Habilidades. Adquirirá las habilidades para manejar adecuadamente la información estratégica operativa y financiera para la implementación exitosa de negocios internacionales de exportación y/o importación dentro de una organización así como funciones de consultoría internacional conforme a su dominio y experiencia

Desarrollo de una cultura emprendedora que le permitan iniciar un negocio propio o trabajar exitosamente en una institución. Creando para la misma negocios competitivos.

Inculcar la importancia de las actitudes y valores personales en el desempeño profesional, tales como actitud positiva, iniciativa, honestidad, lealtad y responsabilidad.

Campos Formativos por Competencias: Conocimientos, aptitudes y destrezas, actitudes y valores

Saber Conocer (Saberes teóricos y procedimentales)

1. Aprende y pone en acción los conocimientos para el desarrollo y análisis del Plan de Negocio Internacional.
2. Conoce y maneja adecuadamente los resultados de estudios de factibilidad para la internacionalización de productos y servicios.
3. Sabe elaborar e interpretar los resultados de las estrategias internacionales para lograr la competitividad de los negocios y desarrollar nuevos negocios en diferentes mercados.
4. Sustenta la Operatividad y Optimización de los Negocios Internacionales en base a Estrategias adecuadas.

Saber Hacer (Saberes prácticos, habilidades)

1. Demostrar habilidad para la elaboración de estudios de mercado y Planes de Negocios Internacionales
2. Hacer los Planes Estratégicos para definir las acciones que favorecen la competitividad, considerando los factores clave de éxito, cadena de valor y logística adecuada.
3. Resolver con solvencia los aspectos de protocolo para el éxito en los negocios internacionales
4. Utilizar herramientas financieras para evaluar y tomar decisiones convenientes en los negocios.
5. Demostrar conocimientos y habilidades para llevar a cabo procesos de negociación internacional y consultoría.

CD *Daniel* *alg.*

Saber ser (Actitudes y Valores, Ser creativo)

1. Obtener colaboración de instituciones gubernamentales tales como Aduanas, Comercio Exterior y otras de carácter privado para soportar sus Proyectos de Negocio.
2. Al interior, compartir y retroalimentar al personal involucrado de sus recomendaciones y propuestas para la toma de decisiones.
3. Se mantiene actualizado de los cambios en el entorno y al interior del país y de la empresa donde labora.

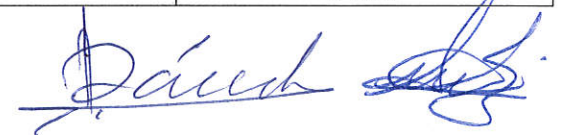
Saber convivir (Aprender a vivir en sociedad, a vivir con los demás, Ser comprensivo y tolerante)

1. Sabe trabajar en equipo de forma profesional.
2. Colabora y se integra con los demás miembros que participan en los proyectos de optimización.
3. Se sabe conducir con principios éticos y valores.

Desglose de Unidades de Competencia o Contenidos

Unidades Temáticas	Desglose en Subtemas	No. de Horas de Clase
Unidad de Competencia I. Conceptos básicos sobre Estrategias y Dirección de Negocios	1.1 Origen y significado de estrategia 1.2 Proceso de la Dirección Estratégica 1.3 Estrategias en los negocios internacionales	4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs.
Unidad de Competencia II. Análisis del Plan de Negocio Internacional	2.1 Elementos de un Plan de Negocios Internacional 2.2 Evaluación del plan de negocios internacional 2.3 Análisis financiero del Plan de Negocio Internacional.	4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs.
Unidad de Competencia III. Resultados de estudios de la factibilidad en la internacionalización de productos y servicios	3.1 Potencial del mercado internacional del producto o servicio. 3.2 Proveedores potenciales en el mercado internacional. 3.3 Logística y canales de distribución internacional.	4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs.
Unidad de Competencia IV. Consultoría de empresas	4.1 Naturaleza y objeto de la consultoría de empresas 4.2 La consultoría y el cambio 4.3 El proceso de consultoría 4.4 La consultoría en la gestión general y estratégica 4.5 La consultoría en la dirección de la pequeña empresa 4.6 La estrategia de la organización de consultoría	4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs. 4 Hrs.
Unidad de Competencia V. Actividades prácticas	5.1 Visita guiada. 5.2 Conferencia.	5 Hrs. 5 Hrs.

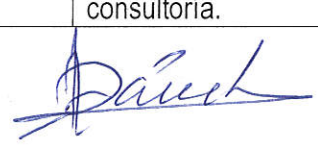
Cd. 

	5.3 Vinculación Empresarial. 5.4 Taller	5 Hrs. 5 Hrs. Total: 80 Hrs.	
ESTRATEGIAS			
TEMAS Y SUBTEMAS	Estrategias de enseñanza	Estrategias de aprendizaje en aula	Estrategias de aprendizaje extra-aula
TEMA 1 Conceptos básicos sobre Estrategias y Dirección de Negocios Subtema 1. Origen y significado de estrategia Subtema 2 Proceso de la Dirección Estratégica Subtema 3 Estrategias en los negocios internacionales TEMA 2 Análisis del Plan de Negocio Internacional. Subtema 1 Elementos de un Plan de Negocios Internacional	1.1 Presentación de material y explicación. 1.2 Lectura de artículo y explicación. 1.3 Exposición del maestro utilizando diapositivas 2.1 Presentación en power point del tema.	1.1 El alumno toma nota de los puntos más importantes sobre el tema al mismo tiempo que hace participaciones para aportar y/o aclarar sus dudas. 1.2 Fomento de participación y discusión en clase. 1.3 Interacción y mayéutica. 2.1 Participación y discusión en clase.	1.1 Realiza una Investigación y analiza la información para profundizar en el tema. 1.2 Investiga varios ejemplos y realiza un mapa conceptual sobre el tema. 1.3 Investiga el tema sobre estrategias genéricas de Michael Porter y registra en la libreta ejemplos de su aplicación a los Negocios Internacionales. 2.1 Trabajo colaborativo para investigar, analizar los requisitos y contenidos de un Plan de negocios Internacional presentándolo a través de un cuadro de doble entrada.

Qd

[Handwritten signature]

Subtema 2 Evaluación del plan de negocios internacional	2.2 Exposición de la evaluación del Plan de Negocio Internacional con diapositivas.	2.2 Lluvia de ideas con el análisis de productos en el mercado.	2.2 Con lo visto en clase realiza un mapa conceptual.
Subtema 3 Análisis financiero del Plan de Negocio Internacional	2.3 Exposición del maestro.	2.3 Registro de los aspectos a considerar en el área financiera, en trabajo colaborativo observar las necesidades del alumnado.	2.3 Realiza un plan de negocios a partir de una necesidad de los alumnos incluyendo los temas del tema 2. Trabajo colaborativo.
TEMA 3 Resultados de estudios de la factibilidad en la internacionalización de productos y servicios			
Subtema 1 Potencial del mercado internacional del producto o servicio.	3.1 Lectura del artículo sobre la selección de mercados preferentes.	3.1 Analiza la lectura y hace una retroalimentación entre los compañeros.	3.1 Elaborar en equipo mapa conceptual de los aspectos importantes.
Subtema 2 Proveedores potenciales en el mercado internacional.	3.2 Presentación en Power point del tema.	3.2 Analiza dos lecturas para complementar el tema	3.2 Realiza un mapa mental del tema.
Subtema 3 Logística y canales de distribución internacional.	3.3 Exposición del tema del tema por el profesor.	3.3 Realizan aportes sobre los aspectos importantes a considerar.	3.3 Investigación de un caso sobre el tema de manera colaborativa presentándolo ante el grupo.
TEMA 4 Consultoría de empresas			
Subtema 1 Naturaleza y objeto de la consultoría de empresas	4.1 Exposición del tema del tema por el profesor.	4.1 Reflexión de la importancia y ejemplos de empresas.	4.1 y 4.2 Realiza un mapa conceptual.
Subtema 2 La consultoría y el cambio	4.2 Video del tema del tema.	4.2 Reflexión y comentarios del video.	
Subtema 3 El proceso de consultoría	4.3 Exposición del tema del tema por el profesor.	4.3 Participación y discusión en clase.	4.3 Investiga un caso de la aplicación de la consultoría.


Subtema 4 La consultoría en la gestión general y estratégica Subtema 5 La consultoría en la dirección de la pequeña empresa Subtema 6 La estrategia de la organización de consultoría TEMA 5 Actividades prácticas Subtema 1 Visita guiada a una Empresa o Institución que desarrolle actividades de N. I. Subtema 2 Conferencia Subtema 3 Vinculación empresarial Subtema 4 Taller	4.4 Exposición del tema del tema por el profesor. 4.5 Lectura de artículo. 4.6 Exposición del tema del tema por el profesor. 5.1 El maestro ofrecerá orientación y apoyo a los alumnos para llevar actividades prácticas orientadas al desempeño laboral y estratégico en los Negocios Internacionales. (Práctica en campo y situaciones reales). 5.2 Por conferencista externo. 5.3 Con Institución o empresa que pueda favorecer el aprendizaje, prácticas profesionales y oportunidades de empleo. 5.4 Organizar un taller con conferencista externo sobre actividad estratégica relacionada con Negocios Internacionales.	4.4 Esquematizan la información presentada y aclaran dudas. 4.5 Aportan ejemplos de empresas. 4.6 Participación y discusión en clase. 5.1 Tomar notas durante la visita 5.2 Tomar notas de lo importante y participar en la sesión de preguntas. 5.3 Participación del grupo en la actividad genera mediante la vinculación con empresa o institución correspondiente. 5.4 Participación y debate del grupo durante el taller.	4.4 En binas realizan un cuadro comparativo. 4.5 Investiga y realiza un ensayo. 4.6 Resuelve caso práctico en binas. 5.1 Un equipo coordinará al grupo para seleccionar y dar seguimiento a los trámites para realizar la visita. 5.1.1 Hacer reporte de la visita con observaciones y conclusiones de la misma de forma individual. 5.2 Un equipo hará gestiones para la realización de la conferencia. 5.3 Un equipo promoverá la realización de la vinculación con el área respectiva. 5.4 Preparación mediante investigación previa para favorecer una buena participación y aclaración de dudas.
Evaluación			
Productos de Aprendizaje sugeridos		Criterios y/o indicadores de Evaluación	Porcentaje

TEMA 1 Conceptos básicos sobre Estrategias y Dirección de Negocios Subtema 1. Origen y significado de estrategia Producto: síntesis Subtema 2 Proceso de la Dirección Estratégica Producto: realiza un mapa conceptual Subtema 3 Estrategias en los negocios internacionales Producto: cuadro sinóptico	Criterio: para los subtemas del Tema 1 deberá ser original, limpio, coherente, creatividad (en caso que aplique) apegándose al producto requerido. Indicadores: actitud, debe incluir datos de la materia, carrera, nombre del alumno, tema, subtema, sin faltas de ortografía, cuidado de redacción, entrega en plataforma o impreso según lo indique el profesor, interés y actitud.	20 %
TEMA 2 Análisis del Plan de Negocio Internacional. Subtema 1 Elementos de un Plan de Negocios Internacional Producto: Esquema descriptivo. Subtema 2 Evaluación del plan de negocios internacional Producto: Rúbrica. Subtema 3 Análisis financiero del Plan de Negocio Internacional Producto: Estudio financiero.	Criterio: para los subtemas del Tema 2 deberá ser original, limpio, coherente, creatividad (en caso que aplique) apegándose al producto requerido. Indicadores: actitud, debe incluir datos de la materia, carrera, nombre del alumno, tema, subtema, sin faltas de ortografía, cuidado de redacción, entrega en plataforma o impreso según lo indique el profesor, interés y actitud.	20 %
TEMA 3 Resultados de estudios de la factibilidad en la internacionalización de productos y servicios Subtema 1 Potencial del mercado internacional del producto o servicio. Producto: Ejemplo de estimación cuantitativa. Subtema 2 Proveedores potenciales en el mercado internacional. Producto: Definición de requisitos para selección de proveedores. Subtema 3 Logística y canales de distribución internacional. Producto: Test para evaluación de aprendizaje.	Criterio: para los subtemas del Tema 3 deberá ser original, limpio, coherente, creatividad (en caso que aplique) apegándose al producto requerido. Indicadores: actitud, debe incluir datos de la materia, carrera, nombre del alumno, tema, subtema, sin faltas de ortografía, cuidado de redacción, entrega en plataforma o impreso según lo indique el profesor, interés y actitud.	20 %
TEMA 4 Consultoría de empresas Subtema 1 Naturaleza y objeto de la consultoría de empresas Subtema 2 La consultoría y el cambio	Criterio: para los subtemas del Tema 4 deberá ser original, limpio, coherente, creatividad (en caso que aplique) apegándose al producto requerido.	20 %

CD

Daniel

Producto: Subtema 3 El proceso de consultoría Producto: Mapa conceptual Subtema 4 La consultoría en la gestión general y estratégica Producto: Plan de consultoría. Subtema 5 La consultoría en la dirección de la pequeña empresa Producto: Adaptación del plan de consultoría a la pequeña empresa. Subtema 6 La estrategia de la organización de consultoría Producto: Esquema de operación estratégica. TEMA 5 Actividades prácticas Subtema 1 Producto: Visita guiada a una Empresa que lleve a cabo N.I. Subtema 2 Producto: Conferencia Subtema 3 Producto: Vinculación empresarial Subtema 4 Producto: Taller	Indicadores: actitud, debe incluir datos de la materia, carrera, nombre del alumno, tema, subtema, sin faltas de ortografía, cuidado de redacción, entrega en plataforma o impreso según lo indique el profesor, interés y actitud. Criterio: Participación en las actividades prácticas. Indicadores: Asistencia, interés, actitud, cumplimiento y calidad de las actividades.	20 % SUMA 100%
--	---	------------------------------

Fuentes de Información

Básica

Complementaria

Páginas web o recursos digitales

<https://consulmex.sre.gob.mx/littlerock/phocadownload/DOCTOS-PRENSA/Oportunidades-negocios-Mexico.pdf>

<http://planeacion-estrategica.blogspot.mx/2008/07/estrategias-para-competir-en-mercados.html>

<https://consulmex.sre.gob.mx/littlerock/phocadownload/DOCTOS-PRENSA/Oportunidades-negocios-Mexico.pdf>

http://www.academia.edu/6463889/M%C3%B3dulo_1_Habilidades_del_consultor

<http://searchdatacenter.techtarget.com/es/consejo/Diez-rasgos-deseables-de-un-consultor-de-SAP>

Ca

[Handwritten signature]

Perfil Docente Deseable

Estudios de Maestría en ciencias económicas administrativas. Experiencia en la importación o exportación de productos. Amplio conocimiento de los tratados comerciales de México. Conocimientos y/o experiencia en logística internacional. Experiencia en Consultoría Internacional de Negocios.

Elaborado por	Fecha
Dr. Ramón Sánchez Partida Dra. Araceli Sánchez González 	19 de julio de 2018
Revisado por	Fecha
Dra. Araceli Sánchez González Presidente de la academia 	19 de febrero de 2018
Autorizado por Colegio Departamental de	Fecha
Dra. Adriana Guzmán Castañeda Presidente del Colegio Departamental 	19 de febrero de 2018

Perfil del Egresado.

Disponible en <http://www.pregrado.udg.mx/>