



Universidad Guadalajara
Centro Universitario del Sur

Programa de Estudio

1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

División

Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento

Ciencias Económicas y Administrativas

Academia

Negocios Internacionales

Programa(s) educativo(s)

Negocios Internacionales

Denominación de la unidad de aprendizaje:

Taller de Estrategia Internacional

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Carga horaria global:	Valor en créditos:
IA127	40	20	80	8

Tipo de curso:		Nivel en que se ubica:	Prerrequisitos:
C = curso		Técnico Medio	IA126 Agrupaciones, Adquisiciones y Franquicias Internacionales.
CL = curso laboratorio		Técnico Superior	
L = laboratorio		Universitario	
P = práctica		<u>Licenciatura</u>	
T = taller		Especialidad	
CT = curso - taller	X	Maestría	
N = clínica		Doctorado	
M = módulo			
S = seminario			

Área de formación:

Especializante Selectiva

Perfil docente:

Estudios de maestría y/o doctorado en Ciencias económico administrativas. Conocimiento teórico sobre estrategias internacionales

Elaborado por:

Actualizado por:

Mtra. Isis Bravo Cano	La Academia de Negocios Internacionales y la Maestra Isis Bravo Cano.
-----------------------	---

Fecha de elaboración:

Fecha de última actualización:

Fecha de última evaluación:

Fecha de aprobación por Colegio Departamental:

Enero de 2018	Enero de 2023	21 de Junio de 2023	
---------------	---------------	---------------------	--

1. PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Una de las funciones del directivo de la empresa es implementar estrategias de negocios internacionales, identificando los entornos de la empresa y las fuerzas que interactúan en una industria con el fin de que adquiera la capacidad de elaborar, evaluar y operar proyectos de negocios internacionales de cualquier organización, considerando la situación competitiva de la empresa.

2. OBJETIVO GENERAL/COMPETENCIA

Que el alumno desarrolle sus habilidades directivas y gerenciales, en la toma de decisiones aplicando los conceptos teóricos de la estrategia en las operaciones funcionales de la empresa.

Que aplique los fundamentos de la dirección estratégica en un plan de negocios internacional.

3. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE LOS CONOCIMIENTOS

El egresado aplica los aspectos teóricos sobre las diversas estrategias aprendidas al realizar un Plan de Negocios de Internacionalización para la Empresa, por medio del análisis de competitividad de los entornos.

4. SABERES:

Prácticos	<ul style="list-style-type: none">• Consulta de bases de datos.• Aplica herramientas de diagnóstico del entorno interno de la empresa• Aplica herramientas de diagnóstico del entorno externo
Teóricos	<ul style="list-style-type: none">• Las ventajas de comercio internacional• Las estrategias de internacionalización• La ventaja competitiva• El proceso estratégico
Formativos	<ul style="list-style-type: none">• Propiciar la responsabilidad de su propio aprendizaje.• Estimular el pensamiento crítico y constructivo en los estudiantes.• Desarrollar una actitud ética en la investigación y análisis para que sus tareas sean originales al momento de la entrega.• Propiciar que el alumno participe en las actividades resultantes de las exposiciones y análisis de los Casos de estudio.• Fomentar la puntualidad en la entrega de las actividades, así como la responsabilidad que implica al no cumplir.

5. CONTENIDO TEMÁTICO (TEÓRICO-PRÁCTICO)

UNIDAD I. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION

1.1 El Panorama competitivo que enfrenta la empresa.

1.2 El propósito de la misión y visión estratégica.

1.3 La estrategia y la empresa.

UNIDAD II. ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS Y SU DIAGNÓSTICO

2.1 El ambiente externo.

2.2 El ambiente interno.

UNIDAD III. ESTRATEGIAS BASICAS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

3.1 La elección estratégica.

3.2 Decisiones básicas de penetración y sus formas.

3.3 Alianzas estratégicas y su funcionamiento.

3.4 La mejora en el proceso de exportación y la importación.

3.5 Estrategia, fabricación y administraciones me materiales.

3.6 Operaciones de los Negocios Internacionales.

UNIDAD IV. EVALUACION Y ANALISIS DE LA ESTRATEGIA

4.1 Decisiones de fabricación o de compra.

4.2 Identificar los aspectos de cultura, políticas, éticas, responsabilidad social y medioambiente para la elección de la estrategia.

4.3 Herramientas de evaluación para la selección de la estrategia.

UNIDAD V –OPERATIVIDAD Y OPTIMIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

5.1 Análisis financiero del plan de negocio internacional.

5.2 Desarrollo del plan de negocios internacional aterrizado en estrategias defensivas y ofensivas.

6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

- Exposición de la teoría sobre las diferentes estrategias que integraran al Plan de Negocios Internacional.
- Entrega previa de lecturas para análisis de la teoría.
- Entrega de formatos y cuadros elaborados previamente para su llenado con los resultados de sus investigaciones.
- Investigación en biblioteca y en línea vía internet de manera obligatoria y continua.
- Aprendizaje a través del trabajo independiente y colectivo significativo para la resolución de casos.
- Observación de una empresa de la zona en la que aplicarán lo aprendido en cada unidad.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1. Evidencias de aprendizaje	7.2. Criterios de desempeño
<ul style="list-style-type: none">• Mapas conceptuales y mentales, cuadros de doble entrada, etc.• Reportes de lectura.• Solución de Casos prácticos.• Casos Integradores por Unidad.• Plan de negocios internacional aterrizado en dos estrategias: defensivas y ofensivas.	<ul style="list-style-type: none">• Participación individual.• Participación en equipo.• Puntualidad en la entrega de las actividades. <p>Portafolio de evidencias, todas integradas en el Caso Integrador de la Materia.</p>

8. CALIFICACIÓN

- Actividades Inicial y Preliminares. 10%
- Actividades de Aprendizaje. 40%
- Actividades Integradoras por Unidad (4) 20%
- Caso Integrador de la Materia y proyecto (Práctica). 30%
- Total. 100%

9. ACREDITACIÓN

<p>Periodo ordinario. De conformidad con el artículo 20 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para que el alumno tenga derecho al registro del resultado final de la evaluación en el periodo ordinario, establecido en el calendario escolar aprobado por el Consejo General Universitario, se requiere:</p> <ol style="list-style-type: none">I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente, yII. Tener un mínimo de asistencia del 80% a clases y actividades registradas durante el curso.	<p>Periodo extraordinario. De conformidad con el artículo 27 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para que el alumno tenga derecho al registro de la calificación en el periodo extraordinario, se requiere:</p> <ol style="list-style-type: none">I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente.II. Haber pagado el arancel y presentar el comprobante correspondiente.III. Tener un mínimo de asistencia del 65% a clases y actividades registradas durante el curso. <p>Se exceptúan de este caso las materias de orden práctico que requerirán la repetición del curso (Art. 23 RGEYPA).</p>
---	---

10. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Libros/Revistas

Libro: Estrategia Global

Mike W. Peng (2015) Cengage Learning Tercera Edición.

Libro: Estrategias de la internacionalización de la empresa. Cómo realizar negocios internacionales. García, Gloria (2014). Pirámide.

Libro: Planeación Estratégica, fundamentos y aplicaciones. Chiavenato, Idalberto. Editoria McGraw Hill 2016

Libro: Porter, Michael. La ventaja competitiva de las naciones. Editorial Vergara. 1990, Argentina

Libro: Porter, Michael. Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de sectores industriales y de la competencia. Editorial patria, 2007, México.

Libro: Porter, Michael. Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior. Editorial Patria, 2002, México.

Libro: Estrategia Global

Mike W. Peng (2015) Cengage Learning. Segunda edición.

Libro: Marketing Internacional

Juan Garcia Sordo (2014) McGraw Hill. Primera edición.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

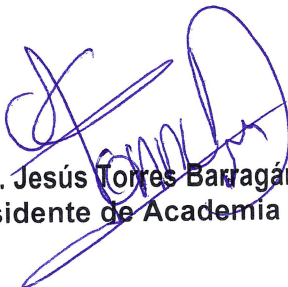
Miklos Tomás y María Elena Tello. Planeación Prospectiva. Editorial LIMUSA. 2008, México.
Ohmae, Kenichi. La mente del estratega. Editorial Mc Graw Hill. 1989, España.

Investigaciones por internet.

11. RECURSOS COMPLEMENTARIOS (páginas web, mooc's, plataformas, objetos de aprendizaje)

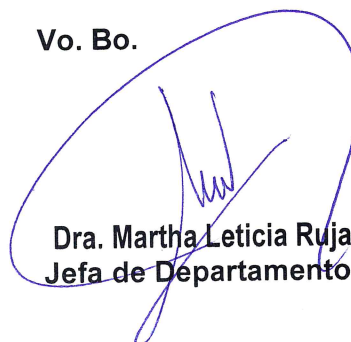
G suite, classroom, FACEBOOK como medio alternativo de comunicación con los estudiantes.

Firma:



Dr. J. Jesús Torres Barragán
Presidente de Academia

Vo. Bo.



Dra. Martha Leticia Rujano Silva
Jefa de Departamento