



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)

Licenciatura en Agrobiotecnología

Denominación de la unidad de aprendizaje:

Comercio Internacional de Productos Agropecuarios

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Carga horaria global:	Valor en créditos:
I2059	60		60	8

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Prerrequisitos:
C = curso	Técnico Medio	Ninguno
CL = curso laboratorio	Técnico Superior	
L = laboratorio	Universitario	
P = práctica	Licenciatura	
T = taller	Especialidad	
CT = curso - taller	Maestría	
N = clínica	Doctorado	
M = módulo		
S = seminario		

Área de formación:

Área de formación básica común

Perfil docente:

Licenciado en Negocios Internacionales; Licenciado en Administración; con formación académica o experiencia en procesos de Logística Internacional, Exportación e importación de Productos del Agro y Pecuario.

Elaborado por:

Actualizado por:

Mtro. Jorge Irineo Silva Sanchez

Fecha de elaboración:

Fecha de última
actualización:

Fecha de última
evaluación:

Fecha de aprobación por
Colegio Departamental:

12/06/2023

12/06/2023

1. PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Los cambios en el entorno exigen una administración mas eficiente, que facilite el libre intercambio de mercancías entre las naciones: El comercio internacional ha adquirido relevancia al fortalecer como un mecanismo para favorecer la entrada de las importancias en un marco de facilidades y eficacia, es por ello que conocer el desarrollo de las actividades logisticas e implementar mecanismo de mejora permite consolidar a los países como entorno benéficos para la realización del comercio internacional.

2. OBJETIVO GENERAL/COMPETENCIA

- Conocer e identificar las particularidades y ventajas de una exportación y su importancia en las actividades comerciales internacionales.
- Analizar y conocer las obligaciones y beneficios que los actores de comercio exterior.
- Obtener los conocimientos básicos de la logística internacional, y el alumno conozca los grandes beneficios de enviar sus productos al extranjero.
-

3. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE LOS CONOCIMIENTOS

Establecer un marco general y básico de conocimientos del comercio internacional como parte del desarrollo de las actividades comerciales internacionales y de su importancia de una nación para el desarrollo del sector Agropecuario.
Identificar los puntos estratégicos del Comercio Internacional, sus participantes e interesados.

4. SABERES:

Prácticos	<ul style="list-style-type: none">• Conoce el proceso de Exportación.• Conoce las formas de dar a conocer su producto en el exterior.• Analiza los diferentes mercados potenciales para su producto.
Teóricos	<ul style="list-style-type: none">• Conoce los distintos tipos de Actores la Logística Internacional.• Analiza la mejor forma de desarrollar un productos de acuerdo con la actividad productiva que desempeñe• Conoce las diferentes formas de hacer contacto con clientes potenciales en el exterior. Conoce el proceso para la importación de mercancías de acuerdo con su actividad productiva.

Formativos	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva a cabo las mejores prácticas de ética y valores en las importaciones y exportaciones. • Conoce de la responsabilidad que conlleva el proceso de una exportación. <p>Comparte el conocimiento adquirido siempre y cuando este no contravenga en responsabilidades de terceros</p>
-------------------	---

5. CONTENIDO TEMÁTICO (TEÓRICO-PRÁCTICO)

<ol style="list-style-type: none"> 1. Que es la Exportación y sus ventajas 2. Conceptos básicos del Comercio Internacional 3. Actores del Comercio Internacional 4. La empresa y la ruta para la Internacionalización 5. Los primeros pasos 6. Plan de Internacionalización y apoyo al exportador 7. La Gestión de la Información 8. Importancia de la información para la Internacionalización de la empresa 9. Comunicación y promoción de la empresa en los mercados internacionales 10. Diferencias Culturales 11. La marca 12. Principales instrumentos de promoción 13. Ferias Internacionales 14. La gestión del mercado 15. Selección del mercado 16. Formas de entrada y consolidación de la presencia en los mercados internacionales 17. Como encontrar un socio de negocios en el exterior 18. Redes empresariales 19. Redes empresariales: la alternativa a los desafíos de la internacionalización 20. La gestión del comercio exterior en la empresa 21. El departamento de comercio exterior

6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

<p>Dentro de esta asignatura se realizarán lecturas y se analizarán casos practis de empresas exitosas, que están posicionadas como empresas líderes en diferentes mercados internacionales.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación de material didáctico digital y apoyo en línea para el estudiante de manera continua y obligatoria. 2. Realización de mesas redondas para revisión de casos específicos y reformas en materia aduanera.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

8.1. Evidencias de aprendizaje	8.2. Criterios de desempeño
<ul style="list-style-type: none"> • Ensayos reflexivos • Consulta de noticias con problemáticas afines al curso • Exposiciones • Participación en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Profundidad de análisis de la teoría y casos prácticos • Nivel de análisis en los temas a exponer

8. CALIFICACIÓN

Asistencias 10%
Participación 10%
Exposición 30%
Examen parcial 20%
Examen final 30%

9. ACREDITACIÓN

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:

- I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente, y
- II. Tener un mínimo de asistencia del 80% a clases y actividades registradas durante el curso.

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:

- 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.
- Se exceptúan de este caso las materias de orden práctico que requerirán la repetición del curso (Art. 23 RGEYPA).

10. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

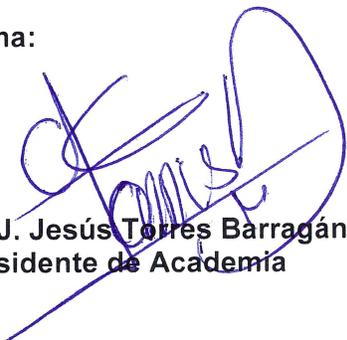
Ingeniería de la Exportación , Napoleon Hill

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Artículos de Internet, Páginas oficiales

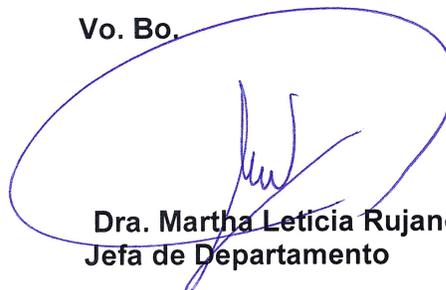
11. RECURSOS COMPLEMENTARIOS (páginas web, mooc's, plataformas, objetos de aprendizaje)

Firma:



Dr. J. Jesús Torres Barragán
Presidente de Academia

Vo. Bo.



Dra. Martha Leticia Rujano Silva
Jefa de Departamento