



Plan para negocios internacionales

		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial Programa de Estudios de la asignatura			
Plan para negocios internacionales					
Clave	Semestre	Créditos	Campo de conocimiento:		
	7° - 8°	8	Administración avanzada		
			Eje de formación:		
			Profesionalización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab ()		Tipo	T (X) P () T/P ()	
	Seminario () Otros (especificar)				
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)		Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()				
Duración (Número de semanas)	16		Semana	Semestre	
			Teóricas: 4	Teóricas: 64	
			Prácticas: 0	Prácticas: 0	
			Total: 4	Total: 64	
Seriación					
Ninguna (X)					
Obligatoria ()					
Asignatura antecedente					
Asignatura subsecuente					
Indicativa ()					
Asignatura antecedente					
Asignatura subsecuente					
Objetivo general:					
Al finalizar el curso, el alumnado diseñará un plan para la exportación de productos analizando las oportunidades de negocio en el contexto internacional y considerando principalmente, los aspectos legales, de mercadotecnia, de operaciones y financieros, con un enfoque estratégico, tecnológico, incluyente, sostenible, ético y de responsabilidad social.					

Objetivos particulares:

Al finalizar la unidad, el alumnado:

1. Explicará los aspectos generales de un plan de negocios internacional describiendo sus aspectos generales.
2. Analizará los aspectos del mercado internacional que favorecen el inicio de un plan de negocios internacional.
3. Analizará los pros y los contras del producto y del mercado meta para el plan de negocios.
4. Describirá los aspectos legales que se deben de considerar en un plan de negocios internacionales.
5. Elaborará una propuesta de plan de mercadotecnia para el producto a comercializar.
6. Elaborará una propuesta de logística para el producto a comercializar.
7. Elaborará la propuesta del manejo financiero para el producto a comercializar.
8. Integrará un plan de negocios internacionales apoyado por medio de herramientas tecnológicas digitales haciendo una presentación del Plan de negocios a nivel ejecutivo.

Índice temático			
Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Aspectos generales de un plan de negocios internacional	4	0
2	Análisis del mercado internacional	8	0
3	Estudio producto – mercado meta	12	0
4	Aspectos legales de los negocios internacionales	8	0
5	Desarrollo de la propuesta de mercadotecnia	6	0
6	Desarrollo de la propuesta logística	6	0
7	Desarrollo de la propuesta financiera	8	0
8	Integración del plan de negocios internacionales y su presentación ejecutiva	12	0
Total		64	

Contenidos temáticos	
Subtemas	
Temas	
1	1. Aspectos generales de un plan de negocios internacional
	1.1. Tipos de negocios internacionales. 1.2. Importancia del plan de negocios internacional. 1.3. Elementos generales y específicos que integran un Plan de negocios internacional.
2	2. Análisis del mercado internacional
	2.1. Análisis del entorno económico y comercial internacional. 2.2. Análisis del mercado internacional por sectores económicos. 2.3. Acuerdos internacionales y comercio exterior. 2.4. México y sus principales socios comerciales.

3	3. Estudio producto – mercado meta
	3.1. Análisis del mercado meta. 3.2. Análisis del perfil de clientes. 3.3. Análisis de la ubicación geográfica. 3.4. Análisis de la demanda.
4	4. Aspectos legales de los negocios internacionales
	4.1. Análisis del régimen de ingreso y accesos al mercado. 4.2. Análisis de sistema arancelario. 4.3. Análisis de las restricciones de ingreso. 4.4. Análisis de la regulación en materia de importaciones. 4.5. Documentación requerida de ingreso de mercancía.
5	5. Desarrollo de la propuesta de mercadotecnia
	5.1. Objetivos del plan de mercadotecnia. 5.2. Elementos del plan de mercadotecnia. 5.3. Evaluación del plan de mercadotecnia.
6	6. Desarrollo de la propuesta logística
	6.1. Objetivos del plan de logística. 6.2. Elementos del plan de logística. 6.3. Evaluación del plan de logística.
7	7. Desarrollo de la propuesta financiera
	7.1. Objetivo del plan financiero. 7.2. Elementos del plan financiero. 7.3. Evaluación del plan financiero.
8	8. Integración del plan de negocios internacionales y su presentación ejecutiva
	8.1. Integración del plan de negocios internacional. 8.2. Resumen ejecutivo del plan de negocios internacional. 8.3. Programas de cómputo para elaborar planes de negocios.

Estrategias didácticas

- Aprendizaje colaborativo
- Desarrollo de proyectos
- Trabajos de investigación
- Exposición por parte del profesor
- Desarrollo de un plan de negocios internacionales

Evaluación del aprendizaje

- Trabajo escrito
- Presentación de un plan de negocios internacionales
- Rúbricas
- Listas de cotejo
- Autoevaluación
- Evaluación entre pares

Perfil profesiográfico del docente	
Título o grado	Licenciatura en Administración o áreas afines, preferentemente Maestría en Administración o experiencia equivalente.
Experiencia docente	Mínima de 3 años o más a nivel medio superior, superior o posgrado y tener evaluaciones que muestren un excelente desempeño como profesor.
Otras características	<p>Experiencia profesional en administración de organizaciones públicas, privadas o del sector social, en cualquier área y nivel jerárquico por espacio mínimo de tres años.</p> <p>Experiencia en negocios internacionales.</p> <p>Mostrar habilidades didácticas mediante la planeación y presentación de un tema del programa.</p> <p>Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.</p> <p>Para profesores(as) de nuevo ingreso:</p> <p>Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad:</p> <p>Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p>

Bibliografía básica
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Arciniegas, A. (2018). <i>Comercio internacional para Latinoamérica: con plan comentado para exportación</i>. Bogotá: Ecoe. ◦ Castillejo, M. (2015). <i>Plan estratégico de negocios</i>. México: Patria. ◦ Domínguez, G. (2019). <i>Cómo entender y elaborar un plan de negocios sin ser especialista</i>. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. ◦ Flores, J. (2015). <i>Plan de negocio</i>. México: Ediciones de la U. ◦ Hill, C. (2015). <i>Negocios internacionales, como competir en el mercado internacional</i>. (10ª. ed.) México: McGraw Hill. ◦ Luna, A. (2016). <i>Plan estratégico de negocios</i>. México: Patria. ◦ Ortega, A. (2015). <i>Plan de internacionalización empresarial: manual práctico</i>. Madrid: ESIC. ◦ Ortega, A. (2019). <i>¿Cómo elaborar un plan de internacionalización empresarial?</i> España: Formación Alcalá. ◦ Pedraza, O. (2014). <i>Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa</i>. México: Patria. ◦ Stutely, R. (2015). <i>Cómo elaborar un plan de negocios</i>. México: Trillas.

Bibliografía complementaria
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Domínguez, G. (2014). <i>Guía práctica para un plan de negocios y obtención de fondos del gobierno federal</i>. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. ◦ Mir, J. (2020). <i>Planes de negocio: guía para elaborar un plan de negocio iterativo a través de la escucha del cliente</i>. Colombia: ECOE. ◦ Prieto, C. (2016). <i>Emprendimiento: conceptos y plan de negocios</i>. México: Pearson.