

CRONOGRAMA DE MERCADOS INTERNACIONALES

ENERO – JUNIO 2017

Elemento de competencia: Comprender los elementos de los mercados necesarios para realizar la introducción de un producto o servicio a un mercado internacional, con el objetivo de generar innovación y presencia de un producto en otro país.

Semana	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Desempeño	Actividades de Aprendizaje	Contenidos	Recursos
1	<p>Presentación del curso: La comprensión del funcionamiento de los mercados internacionales es fundamental en una época ya inmersa en la globalización. El diseñador industrial debe estar preparado para la mejor toma de decisiones en un entorno cada vez más competido y en el que sólo crecerán aquellos individuos, organizaciones y países que estén mejor capacitados para aprovechar las oportunidades que los mercados brindan para crecer, así como poder hacer frente a las adversidades o áreas de oportunidad que éstos suelen presentar según el ciclo económico que acontezca.</p> <p>Propósitos Concientizar a los estudiantes de la importancia vital del entendimiento de los mercados internacionales. Fomentar una cultura empresarial entre los diseñadores industriales, dándoles más herramientas para el crecimiento de los negocios. Adaptar y formar valores, principios, actitudes y comportamientos necesarios para aumentar sus riquezas empresariales y nacionales. Se fomentará al estudiante a no sólo recopilar la teoría disponible, sino a practicar y trabajar en la búsqueda de resoluciones apropiadas para las empresas y para el país. Que sea él el que se enfrente a las áreas de oportunidad que brindan los mercados internacionales.</p> <p>Inicio del curso. Presentación de las actividades de la materia Economía Revisión de los capítulos y temas a tratar en el curso. Ubicación de las diversas actividades a trabajar durante el semestre.</p>				
2	Clase # 2 Retos de los Negocios Internacionales	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual. Interacción por parte de los alumnos.	Papel de la pequeña empresa Negocios mundiales Exportaciones Importaciones Inversión directa Competitividad económica	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
3	Clase # 3 La Empresa Multinacional	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual Interacción por parte de los alumnos.	Naturaleza Características Ventas y ganancias Administración estratégica	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
4	Clase # 4 La Tríada y los Negocios Internacionales	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual Interacción por parte de los alumnos.	Razones de la inversión directa extranjera	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.

				Inversión directa extranjera de los miembros de la tríada. Relaciones económicas dentro de la tríada.	
5	Clase # 5 Política internacional e integración económica	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual. Interacción por parte de los alumnos.	Ideologías políticas Ideologías económicas Integración económica	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
6	Clase # 6 Cultura internacional	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual. Interacción por parte de los alumnos	Lenguaje Religión Valores y actitudes Costumbres Cultura material Educación	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
7	Clase #7 Comercio Internacional y Finanzas Internacionales	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual Interacción por parte de los alumnos.	Ventaja absoluta Ventaja comparativa Ciclo de vida de los productos Barreras comerciales Aranceles Balanza de pagos	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
La Ocho					
9	Clase # 9 Planeación estratégica global	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual Interacción por parte de los alumnos.	Orientaciones estratégicas Formulación de estrategias Instrumentación de estrategias	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
10	Clase # 10 Estrategia de organización	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual. Interacción por parte de los alumnos.	Estructuras organizacionales Administración estratégica Estrategia organización	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.

11	Clase # 11 Estrategia de producción	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual Interacción por parte de los alumnos.	Investigación, desarrollo e innovación Generaciones de bienes y servicios Logística internacional	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
12	Clase # 12 Estrategia de Marketing	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual. Interacción por parte de los alumnos.	Evaluación del mercado internacional Estrategias de producto Promoción Fijación de precios Distribución	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
13	Clase # 13 Riesgo político	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual. Interacción por parte de los alumnos.	Macro riesgo Micro riesgo Causas del riesgo político	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
14	Clase # 14 Estrategias de negociación	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual Interacción por parte de los alumnos.	Técnicas integrativas Técnicas protectoras Joint venture Sociedades	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.
15	Clase # 15 Retos futuros de los negocios internacionales	Entrega de actividad semanal.	Exposición sobre el tema proyección de diapositivas y material audiovisual Interacción por parte de los alumnos.	Diseño de estrategias eficaces Ambientes cambiantes Ambiente político Consideraciones sobre recursos humanos	Proyección de diapositivas, presentaciones digitales.

EVENTOS (FOGU) Y ENTREGA (EN SU CASO) DE MATERIAS TEORICAS

Evaluación integral de procesos y productos:

20% Asistencia

40% PIA

40% Trabajos Entregados

Producto integrador de aprendizaje de la unidad de aprendizaje:

- Investigación de País a exportar
- Investigación de producto y características del mercado
- Propuesta de producto o servicio para el mercado elegido
- Investigación de materiales y el motivo del uso de cada uno
- Investigación del mercado y diferentes competencias de su escalera asignada

Fuentes de apoyo y consulta:

DISEÑO Y CULTURA: UNA INTRODUCCION: DESDE 1900 HASTA LA ACTUALIDAD

Autor: PENNY SPARKE

Editorial: GUSTAVO GILI

PLAN DE NEGOCIO: COMO DISEÑARLO E IMPLEMENTARLO, TODOS LOS PASOS DESDE EL DISEÑO A LA PUESTA EN MARCHA Y REVISION

Autor: D. ROBLEY WOOD

Editorial: PROFIT EDITORIAL

FECHA DE CONCLUSIÓN DEL PROGRAMA: JUNIO 2017

ELABORADO POR: M.A. JUAN MANUEL ORTIZ MATA

COORDINACIÓN DE ÁREA
M.A. JUAN MANUEL ORTÍZ MATA

JEFATURA DE DEPARTAMENTO
DRA.LILIANA BEATRÍZ SOSA COMPEÁN

JEFATURA DE CARRERA
M.D.I. JOSÉ ALBERTO ESCALERA SILVA