

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE


I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Unidad Académica: **FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN (TIJUANA)**
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS (MEXICALI)
2. Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura) **LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**
3. Vigencia del plan: **2009-2**
4. Nombre de la Unidad de aprendizaje: **COMERCIO INTERNACIONAL**
5. Clave: **11750**
6. HC: **2** HL HT **1** HPC HCL HE CR **5**
7. Ciclo Escolar: **2012-1**
8. Etapa de formación a la que pertenece: **DISCIPLINARIA**
9. Carácter de la Unidad de aprendizaje: Obligatoria Optativa
10. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje: **NINGUNA**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE B.C.
E C I B I DE
JAN 23 2012
DEPARTAMENTO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN
CAMPUS TIJUANA

Fecha de elaboración: **DICIEMBRE 15, 2011**


M.A. MARIANNA BERRELLEZA CARRILLO


M.R. ANA CATALINA MEJÍA VELÉZ
M.C. MARÍA BELÉN MURILLO PEDRAZA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA
V. B. Q.



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
TIJUANA, B.C.


M.A. JOSÉ RAÚL ROBLES CORTEZ
SUBDIRECTOR FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN, TIJUANA


M.A. ERNESTO ALONSO PERÉZ MALDONADO
SUBDIRECTOR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, MEXICALI

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

La unidad de aprendizaje de Comercio Internacional se ubica en la etapa disciplinaria del plan de estudios 2009-2.

El propósito de esta unidad de aprendizaje es proporcionar las herramientas necesarias para evaluar los elementos del intercambio de mercancías que se da entre países dentro de la globalización económica actual, conforme a las disposiciones de los organismos públicos y privados que intervienen y con apoyo de los acuerdos comerciales que México ha firmado.

III. COMPETENCIA DEL CURSO

Identificar y analizar el comportamiento del comercio internacional y sus repercusiones en la economía de México; mediante la interpretación de los instrumentos y modelo de comercio para aprovechar las ventajas que ofrece la economía internacional en la comercialización de bienes y servicios; con un criterio crítico, analítico y propositivo.

IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

El alumno desarrollará proyectos de comercialización de productos nacionales a mercados internacionales mediante el aprovechamiento de las políticas comerciales en el marco de la integración económica.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
TIJUANA, B C

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia:

Analizar los antecedentes e importancia y las diferentes teorías del comercio internacional mediante el conocimiento del papel que ha tenido la historia en las actividades comerciales para tener un enfoque actualizado de las relaciones económicas actuales de manera crítica.

Contenido

Duración: 8 horas

1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

- 1.1.1. Historia.
- 1.1.2. Introducción de la moneda.
- 1.1.3. Rutas comerciales.
- 1.1.4. Revolución industrial.
- 1.1.5. Globalización.
- 1.1.6. Corrientes del comercio internacional.
 - 1.1.6.1. Griega.
 - 1.1.6.2. Escolástico.
 - 1.1.6.3. Mercantilismo.
 - 1.1.6.4. Fisiócratas.
 - 1.1.6.5. Clásica.

1.2. TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.2.1 Teoría de la ventaja absoluta.
- 1.2.2 Teoría de la ventaja comparativa.
- 1.2.3 Teoría del tamaño del país.
- 1.2.4 Teoría de los factores.
- 1.2.5 Economía de escala y competencia imperfecta
- 1.2.6 Teoría de semejanzas entre países.
- 1.2.7 Teoría del ciclo de vida del producto.
- 1.2.8 Teoría de la ventaja comparativa (Diamante de Porter).

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CONTABILIDAD
Y ADMINISTRACIÓN
TIJUANA B.C.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia:

Examinar la política comercial que acatan los países involucrados en actividades comerciales con México que encuentran en vías de desarrollados y los desarrollados y el impacto de la globalización en sus políticas comerciales a través del análisis de los instrumentos involucrados en las actividades de comercio internacional con sentido crítico.

Contenido

Duración: 10 horas

2. EL COMERCIO INTERNACIONAL

2.1. POLITICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 2.1.1. La política comercial en los países en vías de desarrollo.
- 2.1.2. Políticas comerciales estratégicas en los países desarrollados.
- 2.1.3. Libre comercio versus Proteccionismo.
- 2.1.4. Instrumentos y medidas de Política Comercial.

2.2 POLITICA COMERCIAL MEXICANA.

2.3 ETAPAS DE LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA.

2.4 COOPERACIÓN MULTILATERAL.

- 2.4.1 Organismos de cooperación comercial.
- 2.4.2 Tratados comerciales.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACIÓN
TIJUANA, B.C.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia:

Identificar el funcionamiento de los organismos nacionales e internacionales que brindan financiamiento y el comportamiento de la balanza comercial a través de los estudios de los documentos oficiales y de las acciones de estos organismos para la toma de decisiones de forma responsable.

Contenido

Duración 8 horas

3. SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL

- 3.1. MERCADO DE DIVISAS.
- 3.2. EL SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL.
- 3.3. BALANZA DE PAGOS NACIONAL E INTERNACIONAL.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia:

Analizar las estrategias de internacionalización que se utilizan en las actividades de comercio internacional y los elementos para una operación libre de barreras mediante el estudio de casos con objetividad.

Contenido

Duración: 8 horas

4. COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

4.1. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN.

- 4.1.1 Alianzas estratégica.
- 4.1.2 Joint venture.
- 4.1.3 Franquicia.
- 4.1.4 Licencia.
- 4.1.5 Llave en mano.

4.2 FACTORES DE OPERACIÓN.

- 4.2.1 Envase, empaque y embalaje.
- 4.2.2 Transporte y seguros.
- 4.2.3 Contratos Internacionales.
- 4.2.4 Fuentes de información.
- 4.2.5 Contratos internacionales.
- 4.2.6 Formas de pago.
- 4.2.7 Incoterms.

UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
TIJUANA, B C

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia:

Desarrollar un plan de exportación identificando aspectos como: canales de distribución, perfil, usos y costumbres del los consumidores, tramitación aduanal, transporte, entre otros para proporcionar una guía de donde debe ir y como llegar al mercado internacional el ente económico con organización.

Contenido

Duración: 14 horas

5. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

- 5.1 Visión general.
- 5.2 Objetivo de la comercialización.
- 5.3 Cliente/consumidores.
- 5.4 Productos/servicios.
- 5.5 Competencia.
- 5.6 Estrategia de comercialización

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1	Analizar los antecedentes e importancia y las diferentes teorías del comercio internacional mediante el conocimiento del papel que ha tenido la historia en las actividades comerciales para tener un enfoque actualizado de las relaciones económicas actuales de manera crítica.	Elaborar cuadro comparativo entre las diferentes teorías identificando diferencias y puntos en común.	Libros de texto, Computadora.	4 horas
2	Examinar la política comercial que acatan los países involucrados en actividades comerciales con México que encuentran en vías de desarrollados y los desarrollados y el impacto de la globalización en sus políticas comerciales a través del análisis de los instrumentos involucrados en las actividades de comercio internacional con sentido crítico.	Elaborar un ensayo con análisis crítico donde se evalúe la política comercial de México en el actual sexenio teniendo en cuenta los siguientes aspectos: ¿Qué se ha cumplido y que no? ¿Qué es pertinente y que no? ¿Qué propuestas harías?	Internet, Revistas, Computadora.	4 horas
		Elaborar cuadro sinóptico de las fases y principios del proceso de integración económica	Libro de texto, Revistas, Internet, Computadora.	4 hrs
3	Analizar las estrategias de internacionalización que se utilizan en las actividades de comercio internacional y los elementos para una operación libre de barreras mediante el estudio de casos con objetividad.	Elaborar un cuadro comparativo identificando fortalezas y debilidades de cada una de las estrategias de internacionalización existentes.	Libro de texto, Internet, Revistas, Computadora.	4 hrs

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
TIJUANA, B.C.

VII. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

La metodología de trabajo para este programa de unidad de aprendizaje se recomienda:

- Lectura dirigidas.
- Clases expositivas por parte del docente y del alumno.
- Trabajos de investigación.
- Elaboración de ensayos.
- Mesas redondas de discusión.



VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para obtener la calificación final del alumno, podrán considerarse los siguientes criterios de evaluación, los cuales pueden ser modificados tomando en cuenta las necesidades y propuestas del docente y los estudiantes:

La calificación se lograra de acuerdo a los siguientes puntos:

Exámenes por escrito	45%	} 100%
Participación en discusiones y debates	10%	
Presentación y exposición de trabajo de investigación	15%	
Presentación de ensayos y controles de lectura	20%	
Tareas o trabajo de clase	10%	

Para acreditar el curso es necesario:

- Asistencia mínima del 80% para tener derecho a examen ordinario y un 40% para tener derecho a examen extraordinario de acuerdo al Estatuto Escolar de la UABC.
- Participar en los diferentes ejercicio y dinámicas grupales
- Realizar las lecturas correspondientes.
- Presentar ensayos y trabajos de investigación.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Daniels, John D. (2010) *"Negocios Internacionales: ambientes y operaciones"*. Editorial Pearson Educación.
ISBN 9786074423877

Czinkota, Michael (2007) *"Negocios Internacionales"*. Editorial Cengage Learning.
ISBN 0324259913

Hill, Charles W.L (2011) *"Negocios Internacionales competencia en el mercado global"*. Editorial McGraw Hill
ISBN 978 607 15 0583 5

Lerma Kirchner, Alejandro E. (2010). *"Comercio y marketing internacional"*. Editorial Cengage Learning.
ISBN 9786074813210

Vázquez Sandoval, Manuel (2007) *"Comercio Internacional"*. Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.
ISBN 978 970 817 066 6

Complementaria

Jerez Riesco, José Luis (2000). *"Comercio Internacional"*. Editorial ESIC, Madrid.
ISBN 84 7356 221 6

Paginas web:

- <http://www.omic.org>
- <http://www.promexico.gob.mx>
- <http://www.bancomundial.org/investigacion/>
- <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html>
- <http://www.presidencia.gob.mx/mexico/>
- <http://www.shcp.gob.mx/>
- <http://www.banxico.org.mx/documents/>
- <http://www.imf.org/external/spanish/index.htm>
- <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol>
- <http://www.sela.org/sela/estadosMiembros.asp>

