

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas, Facultad de Contaduría y Administración
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Negocios Internacionales
- 3. Plan de Estudios:** 2022-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Plan de Comercialización Internacional
- 5. Clave:** 41524
- 6. HC:** 02 **HT:** 02 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguna



Equipo de diseño de PUA

Juan Benito Vela Reyna
Edgar Guerrero Lizárraga
Martín Montaña Hernández
Rocío Villalón Cañas

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Adelaida Figueroa Villanueva
Esperanza Manrique Rojas

Fecha: 14 de abril de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje de Plan de Comercialización Internacional tiene la finalidad de que el alumno conozca los pasos a seguir en aplicación de técnicas de valoración del mercado, diseño organizacional alineado a las operaciones internacionales, de suministro, distribución y comercialización.

Esta unidad de aprendizaje es de carácter obligatoria, forma parte del área de conocimiento Comercio Internacional y se imparte en la etapa disciplinaria, no cuenta con requisitos previos para ser cursada.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrollar un plan de comercialización internacional que permita reunir los requisitos que requiere un producto para su exportación, considerando los elementos complementarios y normativa que rodean al producto durante el tránsito de mercancías y exigencias del mercado meta, para satisfacer necesidades y demandas del mercado global, comprometido y responsablemente.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Elabora y entrega plan de comercialización Internacional que incluya el análisis del mercado, determinación de la oportunidad, orientando y estableciendo objetivos de exportación, sin dejar de proponer o desarrollar adecuaciones al producto, envase, embalaje que permitan cumplir con la normativa establecida en la exportación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Mercado meta

Competencia:

Definir el mercado meta, tomando en consideración las variable macro ambientales y sus indicadores, para lograr destacar ventajas y oportunidades en la selección de posibles consumidores con respeto y tenacidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1. Localización Geográfica.
- 1.2. Política.
- 1.3. Socio Económico.
- 1.4. Religión.
- 1.5. Costumbres.
- 1.6. Demografía.
- 1.7. Hábitos alimenticios.
- 1.8. Distribución.

UNIDAD II. Empresa

Competencia:

Construir la identidad administrativa de una empresa, definiendo sus objetivos y determinación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para la comercialización de un producto a nivel internacional con prudencia y de manera objetiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1. Misión de la empresa.
- 2.2. Visión de la empresa.
- 2.3. Objetivos generales de la empresa.
- 2.4. Análisis FODA de la empresa.
 - 2.4.1 Fuerza.
 - 2.4.2 Oportunidades.
 - 2.4.3 Debilidades.
 - 2.4.4 Amenazas.
- 2.2 Producto.
 - 2.2.1 Ingredientes.
- 2.3 Marca.
 - 2.3.1 Nombre y etiqueta.
 - 2.3.2 Cualidades del producto.
- 2.4 F O D A del producto.
 - 2.4.1 Fuerza.
 - 2.4.2 Oportunidades.
 - 2.4.3 Debilidades.
 - 2.4.4 Amenazas.

UNIDAD III. Logística y Distribución

Competencia:

Diseñar el envase y embalaje del producto, considerando sus características, los costos y medios de transporte, para establecer la estrategia de distribución con creatividad y responsabilidad.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1 El producto y la Distribución Física Internacional (DFI).
 - 3.1.1 Descripción del producto en términos de carga y riesgo.
 - 3.1.2 Fracción Arancelaria y descripción del producto de acuerdo al Sistema Armonizado.
 - 3.1.3 Especificaciones y clasificación en español e Ingles.
- 3.2. Envase y Embalaje.
 - 3.2.1. Envase.
 - 3.2.2. Etiquetado.
 - 3.2.3. Código de barras.
 - 3.2.4 Embalaje.
 - 3.2.5 Mercado.
- 3.3. Costo de envase, embalaje, etiquetado y marcado.
 - 3.3.1 Unidades Mínimas de Venta.
 - 3.3.2. Caja.
 - 3.3.3. Pallet.
 - 3.3.4 Contenedor.
- 3.4. Transportación.
 - 3.4.1. Medios de transporte factible de ser utilizado.
 - 3.4.2 Ruta.
 - 3.4.3. Transporte y ruta seleccionada.
 - 3.4.4. Tiempo y costos.
 - 3.4.5. Costos de transportación.
 - 3.4.6. Otras cotizaciones de transporte.
- 3.5. Seguro.
 - 3.5.1. Tipos de seguro.
 - 3.5.2. Costos de seguro.
- 3.6. Controles aduaneros.

- 3.6.1 Regulaciones arancelarias.
- 3.6.2. Regulaciones no Arancelarias.
- 3.6.3. Aduana de exportación.
- 3.6.4. Agente Aduanal.
- 3.6.5. Documentación.
- 3.6.6. Costos aduaneros.

UNIDAD IV. Comercialización.

Competencia:

Diseñar las estrategias de distribución, mediante la fijación de precios de exportación y selección de canales de venta, para la optimización de los procesos de comercialización con honestidad y colaboración.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1 Formación del precio de exportación.
 - 4.1.1 Costos fijos y variables.
 - 4.1.2 Métodos de costo.
 - 4.1.3 Punto de equilibrio.
 - 4.1.4. Análisis de sensibilidad.
- 4.2. Canal de venta
 - 4.2.1 Directa o Indirecta
- 4.3 Medios de pago.
 - 4.3.1. Estrategia.
 - 4.3.2. Mecanismos.
 - 4.3.3 Riesgo.
 - 4.3.4. Riesgo país.
- 4.4. Financiamiento a la exportación.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

| No. | Nombre de la Práctica | Procedimiento | Recursos de Apoyo | Duración |
|------------------|---------------------------|--|--|----------|
| UNIDAD I | | | | |
| 1 | Selección de Mercado | <ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación documental sobre la planeación comercial y poder valorar los indicadores macroambientales y determinar la factibilidad de negocio. 2. Ejemplifica los conceptos básicos y poder valorar los indicadores macroambientales y determinar la factibilidad de negocio. 3. Identifica en una empresa real o ficticia la oportunidad de negocio al poder determinar la factibilidad del mercado internacional seleccionado. 4. Entrega al profesor los reportes de investigación. | <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Apoyo bibliográfico | 8 horas |
| UNIDAD II | | | | |
| 2 | Estrategia organizacional | <ol style="list-style-type: none"> 1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación documental de los conceptos básicos de la planeación comercial para diseñar la identidad de la empresa, determinar las características del producto, | <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Apoyo bibliográfico | 8 horas |

| | | | | |
|-------------------|---------------------------------------|--|--|---------|
| | | <p>diseño de marca y etiquetado.</p> <p>2. Ejemplifica los conceptos básicos para diseñar la identidad de la empresa, determinar las características del producto, diseño de marca y etiquetado.</p> <p>3. Identifica de una empresa real o ficticia la misión visión para diseñar su orientación a la internacionalización, además diseñar y determinar las características del producto, diseño de marca y etiquetado..</p> <p>4. Entrega al profesor los reportes de investigación y propuesta.</p> | | |
| UNIDAD III | | | | |
| 3 | Diseño de la logística y distribución | <p>1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación documental de los conceptos básicos de la planeación comercial y lograr designa rutas y medios de transporte que operen en tiempo y forma para incursionar en el intercambio de mercancías a nivel global, tomando en cuenta el producto, su envase, embalaje para lograr definir los costos de</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Apoyo bibliográfico | 8 horas |

| | | | | |
|------------------|-------------------------------|---|--|---------|
| | | <p>exportación.</p> <p>2. Ejemplifica los conceptos básicos de la planeación comercial y lograr designa rutas y medios de transporte que operen en tiempo y forma para incursionar en el intercambio de mercancías a nivel global, tomando en cuenta el producto, su envase, embalaje para lograr definir los costos de exportación.</p> <p>3. Identifica en una empresa real o ficticia el proceso de la planeación comercial y lograr designa rutas y medios de transporte que operen en tiempo y forma para incursionar en el intercambio de mercancías a nivel global, tomando en cuenta el producto, su envase, embalaje para lograr definir los costos de exportación.</p> <p>4. Entrega al profesor los reportes de investigación.</p> | | |
| UNIDAD IV | | | | |
| 4 | Comercialización del producto | <p>1. Atiende las orientaciones del profesor para realizar la investigación documental de los conceptos básicos de la planeación comercial para poder definir los criterios en la selección del canal de ventas, las formas</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Internet • Apoyo bibliográfico | 8 horas |

de pago y alternativas de financiamiento.

2. Ejemplifica los conceptos básicos de la planeación comercial para poder definir los criterios en la selección del canal de ventas, las formas de pago y alternativas de financiamiento.
3. Identifica en una empresa real o ficticia el proceso de la planeación comercial para poder definir los criterios en la selección del canal de ventas, las formas de pago y alternativas de financiamiento.
4. Entrega al profesor los reportes de investigación.

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Presenta información sobre los conceptos básicos de análisis de precio
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Proporciona información para las prácticas de taller
- Resuelve y ejemplifica con casos prácticos
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades
- Diseña y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de prácticas
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades y prácticas en tiempo y forma

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

| | |
|---|-------------|
| - Entrega final del plan de comercialización..... | 40% |
| - 4 entregas de avance del plan de comercialización | 20% |
| - Presentación del plan final | 25% |
| - Actividades practicas..... | 15% |
| Total..... | 100% |

IX. REFERENCIAS

| Básicas | Complementarias |
|--|---|
| <p>Alejandro, L. (2016). <i>Desarrollo De Nuevos Productos 5ª edición</i>, Editorial Cengage Learning Editores. [clásica]</p> <p>Castro, AELKEM (2020). <i>Comercio y marketing internacional</i>. 5ª edición Editorial Cengage Learning Editores.</p> <p>Colin, G. (2019). <i>Contabilidad de costos</i>. 5ª edición, Editorial Mc Graw-Hill.</p> <p>David, P. (2015). <i>Logística Internacional</i>. 9ª edición, Editorial Cengage Learning Editores. [clásica]</p> <p>R., C. M. (2013). <i>Marketing Internacional</i> 10ª edición, Editorial Cengage Learning Editores. [clásica]</p> | <p>Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2007). <i>Administración y logística en la cadena de suministros</i> (2a. ed.). ProQuest Ebook Central https://libcon.rec.uabc.mx:4431 [clásica]</p> <p>Cohen, S., & Roussel, J. (2013). <i>Strategic supply chain management: the five disciplines for top performance</i>. McGraw-Hill Education [clásica]</p> <p>Chopra, S., & Meindl, P. (2007). Supply chain management. Strategy, planning & operation. In <i>Das summa summarum des management</i> (pp. 265-275). Gabler. [clásica]</p> <p>Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2013). <i>Marketing internacional</i> (10a. ed.). ProQuest Ebook Central https://libcon.rec.uabc.mx:4431 [clásica]</p> <p>David, P. A. (2016). <i>Logística internacional: La administración de las operaciones de comercio internacional</i>. ProQuest Ebook Central. https://libcon.rec.uabc.mx:4431 [clásica]</p> <p>Kerin, R. A., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2009). <i>Marketing</i> (9a. ed.). ProQuest Ebook Central. https://libcon.rec.uabc.mx:4431 [clásica]</p> <p>Konstantoglou, A., Kokmotos, E., Folinias, D., & Fotiadis, T. A. (2016, June). Significance of packaging elements from marketing and logistics points of view. In 4 th International Conference on <i>Contemporary Marketing Issues ICCMI</i> June 22-24, 2016 Heraklion, Greece (p. 392) [clásica]</p> |

Liberko, I., Bednarova, L., Hajduova, Z., & Chovancova, J. (2015). Possibilities to optimize the logistics chain in the manufacturing plant. *Polish Journal of Management Studies*, 12. [clásica]

Peng, M. W. (2015). *Estrategia global* (3a. ed.). ProQuest Ebook Central. <https://libcon.rec.uabc.mx:4431> [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Plan de Comercialización Internacional debe contar con título de licenciatura en Negocios Internacionales o administración y preferentemente con estudios de posgrado, con dos años de experiencia laboral y en docencia. Ser proactivo con pensamiento crítico, inteligencia emocional, responsable, organizado, facilitador, empático y flexible