

INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL

ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACION

UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Compra venta internacionales



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



PROGRAMA SINTÉTICO

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

Programa Académico Licenciatura en Negocios Internacionales

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Compra Venta Internacional NIVEL: III

OBJETIVO GENERAL: Diseñar estrategias de compra-venta en mercados internacionales rentables, aplicando el proceso que involucra el tráfico internacional de mercaderías mediante un programa administrativo con la finalidad de obtener ventajas competitivas para una empresa a través de casos prácticos.

CONTENIDOS:

- I. Introducción a la Compra Venta Internacional.
- II. Requisitos esenciales para una Compra Internacional: técnicas especiales.
- III. Elementos básicos de Compras Internacionales
- IV. Elementos básicos de Ventas Internacionales

ORIENTACIÓN DIDÁCTICA:

La orientación didáctica está centrada en el aprendizaje del estudiante con la finalidad de que construya su propio conocimiento, a través de estrategias de trabajo colaborativo y de la aplicación de las siguientes técnicas y actividades: casos prácticos, trabajo en equipo, búsqueda de información documental bibliográfica, hemerográfica y electrónica. Por otra parte, el profesor tendrá como responsabilidad la retroalimentación, supervisión y coordinación de las actividades de aprendizaje.

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

Se aplicará una evaluación diagnóstica por escrito al iniciar el semestre.

Se realizará una evaluación formativa que consta evaluaciones periódicas y simultáneamente el estudiante deberá cumplir con la entrega del portafolio de evidencias con las estrategias de aprendizaje aplicadas en cada unidad temática.

La evaluación sumativa consistirá en la resolución de casos prácticos para desarrollar estrategias de compra-venta internacional.

Esta unidad de aprendizaje puede acreditarse por competencia demostrada aplicando los criterios de la evaluación sumativa antes mencionada.

BIBLIOGRAFÍA:

Barton A. Weitz. Ventas, construyendo sociedades. Editorial, Mc Graw Hill, México 2005 5ta. Edición. 622 págs. ISBN: 0-07-254928-9

Jean Withers. Marketing de Servicios. Editorial, Continental, México 2005 1ra. Edición. 181 págs. ISBN: 970-24-0762-1

José María de Andrés Ferrado. Marketing en empresas de servicios. Editorial, Alfaomega, México 2008 1ra. Edición. 204 págs. ISBN: 978-84-8363-067-9

Llamas, José María. Estructura científica de la venta. Editorial Limusa, México 2006 2da. edición. 451 págs. ISBN: 13:978-968-18-4742-5

PÁGINAS WEB:

<http://www.marketing-xxi.com>, mayo 2009.

<http://www.estoesmarketing.net>, mayo 2009.

<http://www.ideasparapymes.gob>, mayo 2009.



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL



SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN.

PROGRAMA ACADÉMICO: Licenciatura en Negocios Internacionales

PROFESIONAL ASOCIADO: En Logística Internacional

ÁREA FORMATIVA: Profesional

MODALIDAD: Presencial

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Compra Venta Internacional

TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE: Teórico-Práctica y Optativa

VIGENCIA: 2009.

NIVEL: III

CRÉDITOS: 4.0 Tecip 4.1 (SATCA)

PROPÓSITO GENERAL

Debido a los constantes cambios en el ámbito globalizado, en el que se desarrollan los Negocios Internacionales, resulta indispensable conocer el marco de referencia en el que el Licenciado en Negocios Internacionales debe interactuar, considerando los factores endógenos (la empresa en que se desempeña), y exógenos (políticas y prácticas nacionales e internacionales). Es necesaria esta unidad de aprendizaje dentro de la formación profesional la cual recae en la correcta toma de decisiones en el ámbito de compra-venta internacional

Las competencias específicas que desarrollará el estudiante al terminar la unidad de aprendizaje son:

- Analizar los conceptos de la Compra Venta Internacional
- Analizar los requisitos esenciales para una Compra Internacional y sus técnicas
- Analizar las fases de las Compras Internacionales
- Desarrollar las habilidades, actitudes y técnicas del ejecutivo de ventas internacionales

Tiene relación horizontal con las siguientes unidades de aprendizaje en el área Profesional con Estudios Regionales de Europa, Estudios Regionales de América Latina y el Caribe, Estudios Regionales del Pacífico Asiático, Medio Oriente y África, Estudios Regionales de Norte América y Administración y Operación Aduanera Internacional; con el área de Formación Científica Básica con: Mercadotecnia y Promoción Internacional y Finanzas Corporativas. De forma vertical descendente con el área Científico Básica con: Fundamentos de Mercadotecnia, Fundamentos de Administración, Fundamentos de Economía y Crédito y Cobranza Internacional; con el área Profesional con Operaciones de Comercio Exterior, Análisis de Mercados Internacionales y Fundamentos de Negocios Internacionales. De forma vertical ascendente con el área de formación Profesional con: Estrategias de Negociación Internacional, Derecho y Tratados Internacionales, Inversión Extranjera; con el área de Formación Terminal y de Integración con: Estudio de las Relaciones Internacionales, Análisis de la Política Mundial, Contratos Internacionales, Administración Estratégica del Comercio Exterior y Dirección de Operaciones Logísticas.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias de compra-venta en mercados internacionales rentables aplicando el proceso que involucra el tráfico internacional de mercaderías mediante un programa administrativo con la finalidad de obtener ventajas competitivas para una empresa a través de casos prácticos.

TIEMPOS ASIGNADOS

HORAS TEORÍA/SEMANA: 2.0

HORAS PRÁCTICA/SEMANA: 2.0

HORAS TEORÍA/SEMESTRE: 36.0

HORAS PRÁCTICA/SEMESTRE: 36.0

HORAS TOTALES/SEMESTRE: 72.0

UNIDAD DE APRENDIZAJE

REDISEÑADA POR:

Academias de Comercialización Internacional de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

REVISADA POR:

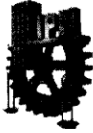
Subdirección Académica de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

APROBADA POR: Consejo Técnico Consultivo Escolar Santo Tomás y Tepepan. Presidentes: C.P. Norma Cano Orea y C.P.C.y M. en C. Jaime V. Sanchis Cuevas.

AUTORIZADO POR: Comisión de Programas Académicos del Consejo General Consultivo del IPN.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
Dr. David Jaramillo Viguera
Secretario de Educación Superior
Comisión de Programas Académicos.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E.S.C.A. SANTO TOMÁS



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA



DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Compra Venta Internacional

HOJA: 3

DE: 9

N° UNIDAD TEMÁTICA: I		NOMBRE: Introducción a la Compra Venta Internacional.				
OBJETIVO PARTICULAR						
Analizar los conceptos de la Compra Venta Internacional, para desarrollar habilidades que permitan comprender los negocios a niveles globales mediante la realización de una práctica.						
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de aprendizaje autónomo		CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	T	P	
1.1	Generalidades de las Compras y las Ventas: conceptos básicos.	2.0	1.0	2.0	1.0	1B, 5C, 6B
1.1.1	Origen de la Compra y la Venta.					
1.1.2	Importancia y decisiones de la Compra Venta: objetivos y principios.					
1.1.3	Clasificación y técnicas de Compra y la Venta.					
1.2	El Rol que desempeña el área de Compra y Venta en la organización.	2.5	2.0	2.5	2.0	
1.2.1	Responsabilidades y objetivos en la organización de las Ventas y las Compras.					
1.2.2	Relación con otras áreas					
1.2.3	Compras y ventas a niveles internacionales: importaciones y exportaciones.		1.5		1.5	
1.2.4	Administración y políticas de Compras y Ventas internacionales.					
1.2.5	El proceso de las Compras y Ventas internacionales					
1.2.6	Sistemas de Compra y Venta Internacional.					
Subtotales por Unidad temática:		4.5	4.5	4.5	4.5	
ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE						
<ul style="list-style-type: none"> • Encuadre. • Introducción expositiva de cada uno de los temas de la unidad por parte del docente. • Investigación individual documental de diferentes medios y fuentes de todos los temas de la unidad. • Elaboración en equipo de un ensayo sobre "La Importancia de las Ventas y las Compras a niveles Internacionales en la organización". • Resolución en equipo de la práctica No.1 sobre "Clínica de Ventas y Compras Internacional". Que consiste en el desarrollo de habilidades de negociación internacional. 						
EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES						
<ul style="list-style-type: none"> • Ensayo, considerando lo siguiente, 20%: Debe contener: <ul style="list-style-type: none"> -La importancia de las Compras y las Ventas a niveles internacionales en una organización. -En máximo de 2 cuartillas. -Estar redactado con el criterio del estudiante. -Introducción desarrollo y cierre. - La referencia bibliográfica de apoyo. • Reporte escrito de la práctica No. 1 con las siguientes características, 50%: Debe contener: <ul style="list-style-type: none"> -Un mínimo de 5 y un máximo de 10 cuartillas. - Criterios propios del equipo de trabajo. - Conclusión. -Las aplicaciones de las técnicas de Ventas y Compras de productos y servicios a niveles internacionales. - Las TIC's. • Exposición de la práctica No. 1, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 30% 						



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Compra Venta Internacional

HOJA: 4

DE: 9

N° UNIDAD TEMÁTICA: II

NOMBRE: Requisitos esenciales para una compra internacional: técnicas especiales.

OBJETIVO PARTICULAR

Analizar los requisitos esenciales para una Compra Internacional y sus técnicas, así como la selección de proveedores en los mercados internacionales de productos y servicios para seleccionar el costo más competitivo en el mercado internacional a través del desarrollo de un caso práctico.

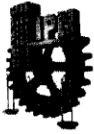
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de aprendizaje autónomo		CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	T	P	
2.1	Requisitos esenciales para una compra internacional y consideraciones técnicas especiales	2.0	1.0	1.0	1.0	1B, 2B, 3C
2.1.2	Consideraciones sobre el producto					
2.1.3	Consideraciones sobre calidad					
2.1.4	Cantidad					
2.2	Precio	1.0	1.0	1.0	1.0	
2.2.1	Condiciones de entrega					
2.2.2	Condiciones de pago					
2.2.3	Incoterms.					
2.2.4	Medios de transporte internacional.					
2.3	Selección y desarrollo de proveedores.	1.5	2.5	2.5	2.5	
2.3.1	Análisis de proveedores					
2.3.2	Proceso de selección de proveedores					
2.3.3	Evaluación y toma de decisión					
2.3.4	Condiciones de compra					
Subtotales por Unidad temática:		4.5	4.5	4.5	4.5	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental en diferentes medios y fuentes de todos los temas de la unidad.
- Elaboración en equipo de un glosario de términos de todos los temas de la unidad.
- Realización de corrillos sobre el panorama de la compra internacional en México.
- Realización en equipo de la práctica 2 sobre "Los Incoterms". Que consiste en seleccionar el Incoterm más adecuado en una negociación internacional

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Glosario de términos 10%, Debe contener:
 - Los términos de los temas vistos en la unidad y la bibliografía de apoyo.
- Reporte de corrillos 10%. Definiendo las principales actividades de la Compra internacional.
- Reporte escrito de la práctica No. 2 50%, con las siguientes características:
 - Un mínimo de 5 y un máximo de 10 cuartillas.
 - Elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo.
 - Contener una conclusión.
 - Mostrar las aplicaciones de las aplicaciones de los Incoterms en la negociación de productos y servicio.
 - Utilizando las TIC's.
- Exposición de la práctica No. 2, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 30%



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Compra Venta Internacional HOJA: 5 DE: 9

N° UNIDAD TEMÁTICA: III	NOMBRE: Elementos básicos de las Compras Internacionales.
OBJETIVO PARTICULAR	
Analizar las fases de las Compras Internacionales para optimizar los procesos de adquisición de materiales en las organizaciones, a través de una práctica.	

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de aprendizaje autónomo		CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	T	P	
3.1	Análisis del costo de importación	2.0	1.0	2.0	1.0	1B, 2B, 5C
3.1.1	Costo del producto					
3.1.2	Costos logísticos					
3.1.3	Costos de tramitación aduanal					
3.2	Almacén	1.0	2.0	1.0	2.0	
3.3	Inventario					
3.3.1	Clasificación ABC	1.5	1.5		1.5	
3.3.2	Métodos de valuación de inventarios			1.5		
3.4	Integración del precio de venta					
Subtotales por Unidad temática:		4.5	4.5	4.5	4.5	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental en diferentes medios y fuentes de todos los temas de la unidad.
- Elaboración en equipo de un cuadro sinóptico sobre la Administración de la Cadena de Suministro en el mercado Internacional, basados en la investigación.
- Realización en equipo de la práctica 3 sobre "Los Inventarios Internacionales". Que consiste en la aplicación de las técnicas de manejo de inventarios de suministros a niveles internacionales en las organizaciones.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJE

- Cuadro Sinóptico , 20%, considerando lo siguiente:
 - Que refleje la importancia y el impacto de las de la Administración en la Cadena de Suministro en una organización.
 - Debe poseer una correcta relación de los elementos integrados.
 - Debe de estar elaborado con el criterio de los estudiantes.
 - Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Reporte escrito de la práctica No. 3 con las siguientes características, 50%:
 - Un mínimo de 5 y un máximo de 10 cuartillas.
 - Elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo.
 - Contener una conclusión.
 - Mostrar las aplicaciones de los inventarios de suministros a niveles internaciones y su impacto en las organizaciones.
- Exposición de la práctica No. 3, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 30%



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Compra Venta Internacionales

HOJA: 6 DE: 9

N° UNIDAD TEMÁTICA: IV

NOMBRE: Elementos básicos de Venta Internacional

OBJETIVO PARTICULAR

Desarrollar las habilidades, actitudes y técnicas del ejecutivo de ventas internacionales para llevar a cabo una correcta planeación de las actividades comerciales mediante un caso práctico.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo		CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P	T	P	
4.1	Ventas Internacionales	1.0	1.0	1.0	1.0	1B, 5C, 7B.
4.1.1	Elementos básicos de la venta internacional					
4.1.2	Protocolo Comercial Internacional: Tácticas de negociación intercultural					
4.2	Habilidades, actitudes y competencias profesionales del ejecutivo de ventas internacional	2.0	2.0	2.0	2.0	
4.3	Administración de una venta internacional	1.5	1.5	1.5	1.5	
4.3.1	Elementos de la planeación, la organización, la dirección y el control de ventas internacionales.					
Subtotales por Unidad temática:		4.5	4.5	4.5	4.5	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Investigación documental en forma individual en diferentes medios y fuentes de todos los temas de la unidad.
- Elaboración en equipo de un diagrama de flujo sobre el proceso de Venta Internacional, basado en la investigación.
- Realización en equipo de la práctica 4 sobre "Protocolo Comercial". Que consiste en la aplicación del protocolo comercial para hacer negocios con ejecutivos de diversas regiones del mundo.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Diagrama de flujo , considerando lo siguiente, 20%:
 - Que refleje el proceso de las Ventas a nivel internacional.
 - Debe poseer una correcta relación de los elementos integrados.
 - Debe de estar elaborado con el criterio de los estudiantes.
 - Marcar la referencia bibliográfica de apoyo.
- Reporte escrito de la práctica No. 4 con las siguientes características, 50%:
 - Un mínimo de 5 y un máximo de 10 cuartillas.
 - Elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo.
 - Contener una conclusión.
 - Mostrar las aplicaciones del protocolo comercial en un área específica del mundo, para realizar negociaciones y Ventas.
- Exposición de la práctica No. 4, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 30%



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Compra Venta Internacional

HOJA: 7

DE: 9

RELACIÓN DE PRÁCTICAS

PRÁCTICA No.	NOMBRE DE LA PRÁCTICA	UNIDADES TEMÁTICAS	DURACIÓN	LUGAR DE REALIZACIÓN
1	"Clínica de Ventas y Compras Internacional": Objetivo: Desarrollar habilidades de negociación internacional.	I	9.0	Aula
2	"Los Incoterms": Objetivo: Seleccionar el Incoterm más adecuado en una negociación internacional	II	9.0	Aula
3	"Inventarios Internacionales" Objetivo: Aplicar las técnicas de manejos de inventarios de suministros a niveles internacionales en las organizaciones.	III	9.0	Aula
4	"Protocolo Comercial" Objetivo: Aplicar el protocolo comercial para hacer negocios con ejecutivos de diversas regiones del mundo.	IV	9.0	Aula
		TOTAL DE HORAS	36.0	

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

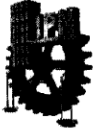
Los porcentajes de acreditación son los siguientes:

Práctica 1: realización y exposición 80%

Práctica 2: realización y exposición 80%

Práctica 3: realización y exposición 80%

Práctica 4: realización y exposición 80%



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Fundamentos de Negocios Internacionales

HOJA: 8

DE: 9

Unidad temática I: Introducción a la Compra Venta Internacional.	10%
Unidad temática II: Requisitos esenciales para una compra internacional: técnicas especiales.	30%
Unidad temática III: Elementos básicos de las Compras Internacionales.	30%
Unidad temática IV: Elementos básicos de Venta Internacional	30%

Esta unidad de aprendizaje puede acreditarse por:

- Competencia demostrada durante las tres primeras semanas a partir del inicio del curso; se evaluará mediante la presentación una práctica de desarrollo de estrategias de Compra Venta Internacional, con un mínimo del 80% del dominio de las competencias principales.
- Cursarse en otras instituciones de educación superior nacionales o internacionales que tengan convenio con el IPN.
- Movilidad entre las ESCA's de acuerdo a la capacidad de atención de cada unidad académica.
- Movilidad entre modalidades escolares de acuerdo a la capacidad de atención.

CLAVE	B	C	BIBLIOGRAFÍA
1	X		Llamas, José María. <u>Estructura científica de la venta</u> . Editorial Limusa México 2da. Edición 1996. 145 págs. ISBN: 13:978-968-18-4742-5.
2	X		Barton, A. Weitz. <u>Ventas, construyendo sociedades</u> . Editorial Mc Graw Hill. México 5a. Edición 2005. 622 págs. ISBN: 0-07-254928-9.
3		X	Maubert, Jean-Fracois. <u>Negociar, Las claves para triunfar</u> . Editorial Alfaomega, México. 2da. Edición 1995. 623 págs. ISBN; 84-267-0907-9.
4	X		Lewicki, Roy J. <u>Fundamentos de Negociación</u> . Editorial Mc Graw Hill. México 4ta. Edición 2008. 446 págs. ISBN-10:970-10-6631-6.
5		X	Dalrymple Douglas J., Crow William L. <u>Administración de Ventas</u> . Editorial Limusa México, 1999. 874 pág. ISBN: 968-18-5052-1.
6	X		Johnston, Mark W. <u>Administración de ventas</u> Editorial Mc Graw Hill, México 7ma. Edición 2004. 659 págs. 659. ISBN: 970-10-3970-X.
7	X		Stanton, William J., Buskirk Richard H. <u>Ventas, conceptos, planeación y estrategias</u> . Editorial Mc Graw Hill. México 9na. Edición 1997. 536 págs. ISBN: 958-600-703-0.
8		X	Martínez, Escribá Pere. <u>Aprender a Vender</u> . Editorial Porrúa. México. 300 págs. ISBN: 84-493-1127-6.
9		X	Terri, Sdjodin. <u>El nuevo lenguaje de las ventas</u> . Editorial Patria Cultural. México Primera Edición, 2007. 350 págs. ISBN: 978-970-817-070-3
10		X	Gallager, Richard S. <u>Conexión Eficaz con los clientes</u> . Editorial Patria Cultural. México Primera Edición, 2007. 248 págs. ISBN: 978-970-817-072-7.
11		X	Beverly, Rokes. <u>Servicio al Cliente</u> . Editorial Thomson. México Primera Edición, 2004. 166 págs. ISBN: 970-686-343-5.
12		X	Páginas WEB: www.marketingxxi.com , marzo 2009.
13		X	www.estoesmarketing.net , marzo 2009.
14		X	www.ideasparapymes.com , marzo 2009.



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



PERFIL DOCENTE POR UNIDAD DE APRENDIZAJE

1. DATOS GENERALES

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

PROGRAMA ACADÉMICO: Licenciatura en Negocios Internacionales **NIVEL:** III

ÁREA DE FORMACIÓN:

Institucional	Científica Básica.	Profesional	Terminal y de Integración
---------------	--------------------	--------------------	---------------------------

ACADEMIA: Comercialización Internacional **UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Compra Venta Internacional

ESPECIALIDAD Y NIVEL ACADÉMICO REQUERIDO: Licenciado en Negocios Internacionales

2. OBJETIVO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Diseñar estrategias de compra-venta en mercados internacionales rentables aplicando el proceso que involucra el tráfico internacional de mercaderías mediante un programa administrativo con la finalidad de obtener ventajas competitivas para una empresa a través de casos prácticos.

3. PERFIL DOCENTE:

CONOCIMIENTOS	EXPERIENCIA PROFESIONAL	HABILIDADES	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> En negocios y comercio internacional y economía. Del sector gobierno mexicano y los organismos multilaterales. Económico, político y de la cultura de negocios. Del MEI 	<ul style="list-style-type: none"> Participación en el ámbito productivo: gubernamental y empresarial. En docencia 	<ul style="list-style-type: none"> Cognitivas. Capacidad de análisis, síntesis y toma de decisiones. Liderazgo. Manejo de grupos de trabajo. Comunicación. Creatividad. Facilidad. Detectar oportunidades comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> Sociable. Buen trato. Ético. Responsable. Comprometido. Respetuoso. Con autonomía



ELABORÓ

REVISÓ

AUTORIZÓ

L.R.C. esp. C.I. Guadalupe Téllez Flores
Lic. Victor Manuel Maldonado Juárez
Presidentes de Academia de Asignaturas A fines de Comercialización Internacional de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

M. en C. Dely Carolina Urbano Sánchez y
M. en C. A. María Estela Casas Hernández
Subdirectoras Académicas de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

C.P. Norma Cano Olea y
C.P.C. y M. en C. Jaime V. Sánchez Cuevas.
Directores de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E. S. C. A. TEPEPAN
DIRECCIÓN



FECHA: 2009.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E. S. C. A. SANTO TOMÁS
DIRECCIÓN