

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: Planes de negocios internacionales. **NIVEL:** V

PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Diseña un Plan de Negocios Internacionales sobre bienes y servicios extranjeros en la operación de exportación competitiva.

CONTENIDOS:

- I. Panorama General de los Planes de Negocios Internacionales.
- II. Análisis de la empresa.
- III. Análisis del producto / servicio.
- IV. Análisis y selección del mercado meta.
- V. Análisis y evaluación financiera de un Plan de Negocios.

ORIENTACIÓN DIDÁCTICA:

La metodología propuesta en esta unidad de aprendizaje es desarrollada bajo el principio del aprendizaje centrado en el estudiante, quien se responsabilizará de construir su propio conocimiento y reflexionará sobre el mismo. La estrategia central será el aprendizaje orientado a proyectos, que apoyará el desarrollo de las competencias consideradas, asimismo, se apoyará en técnicas como: búsqueda de información documental en diferentes medios y fuentes, elaboración de organizadores gráficos, elaboración de escritos, trabajo colaborativo y exposición. El profesor asumirá funciones de facilitador, orientador y asesor de las actividades desarrolladas por el estudiante dentro de su proceso de aprendizaje.

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

Se aplicará una evaluación diagnóstica por escrito al iniciar el semestre, con el propósito de valorar los conocimientos previos del estudiante. Además se tendrá una evaluación formativa que incluye evaluaciones periódicas y la integración del portafolio de evidencias. La evaluación sumativa considerará el resultado final acumulado de las evidencias consideradas en las unidades temáticas, considerando además un producto integrador que implique diseñar un plan de negocios a nivel internacional para un producto o servicio específico. Esta Unidad de Aprendizaje puede acreditarse por evaluación de saberes previamente adquiridos, durante las primeras semanas a partir del inicio del curso; se evaluará mediante el desarrollo de un caso práctico sobre el diseño de un Plan de Negocios Internacionales para un producto/ servicio determinado.

BIBLIOGRAFÍA:

- Alcaraz Rodríguez Rafael. Emprendedor de éxito guía de planes de negocio. Editorial McGraw-Hill. México 2006 ISBN 970-10-3082-6
- Murcia Darío Jairo. Proyectos, formulación y criterios de evaluación. Editorial Alfaomega grupo editor. México 2009. ISBN:978-958-682-750-8
- Stutely Richard. Plan de negocios la estrategia inteligente. Editorial Prentice Hall. México 2000. ISBN 970-17-0370-7
- Torres Morales Virgilio. Plan de marketing en la economía digital. Editorial Perfiles mercadológicos S.A. de C.V. México 2005. ISBN 15679-9206/91-12-342
- Westwood John. Cómo crear un plan de marketing. Editorial Sunday times. México 2001. ISBN 84-7432-858-6



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

SALIDA LATERAL: En Logística Internacional

ÁREA DE FORMACIÓN: Terminal y de integración

MODALIDAD: Escolarizada

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales.

TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE: Teórico-Práctica. Obligatoria

VIGENCIA: 2011

NIVEL: V

CRÉDITOS: 6.0 Tepic (4.7 SATCA)



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

INTENCIÓN EDUCATIVA

El éxito de las transacciones globales se basa en la adecuada planeación y desarrollo de estrategias viables para hacer llegar un producto y/o servicio a otros lugares. Es labor importante del Licenciado en Negocios Internacionales el analizar las cuestiones culturales, económicas y sociales de una región específica para lograr la aceptación del consumidor de otro país.

Las competencias específicas que desarrollará el estudiante al terminar la Unidad de Aprendizaje serán:

- Identifica la importancia del desarrollo un plan de negocios como detonador del crecimiento de la empresa en un ambiente global.
- Analiza el entorno de una empresa a nivel internacional en el diseño de un plan de negocios.
- Elige un producto o líneas de productos encaminados a su comercialización a nivel internacional en el diseño de un plan de negocios internacionales.
- Selecciona el mercado del producto o líneas de productos hacia su comercialización en el diseño de un plan de negocios internacionales.
- Integra los recursos financieros en el Plan de Negocios Internacional hacia su realización como proyecto de comercialización.

Esta unidad de aprendizaje se relaciona vertical descendente con las siguientes Unidades de Aprendizaje del área institucional: Comunicación Oral y Escrita, Tecnologías de Información y Comunicación, en el área Científico Básico: Fundamentos de Administración, Fundamentos de Psicología Organizacional, Seminario de Investigación, Calidad y Teoría General de Sistemas, Estadística Descriptiva e Inferencial, Finanzas Corporativas y Mercadotecnia y Promoción Internacional. Del área profesional con: Análisis de Mercados Internacionales, Estructura Económica Internacional, Administración y Operación Aduanera, Estudios Regionales de Norte América, Estudios Regionales de Pacífico Asiático, Medio Oriente y África, Estudios Regionales de América Latina y el Caribe, Estudios Regionales de Europa, Inversión Extranjera, Estrategias de Negociación Internacional. Y con el área terminal y de integración de forma descendente con: Desarrollo de Habilidades Directivas. Y de forma horizontal con Análisis de la Política Mundial, Taller de Licitaciones Internacionales, Administración Estratégica del Comercio Exterior y Dirección Estratégica Internacional.

PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseña un Plan de Negocios Internacionales sobre bienes y servicios extranjeros en la operación de exportación competitiva.

TIEMPOS ASIGNADOS

HORAS TEORÍA/SEMANA: 1.0

HORAS PRÁCTICA/SEMANA: 4.0

HORAS TEORÍA/NIVEL: 18.0

HORAS PRÁCTICA/NIVEL: 72.0

HORAS TOTALES/NIVEL: 90.0

UNIDAD DE APRENDIZAJE REDISEÑADA POR:

Academia 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 de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan, Presidentes: C.P. Norma Cano Olea 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
Ing. Rodrigo de Jesús Serrano Domínguez
Secretario Técnico de la Comisión de Programas Académicos.



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales. **HOJA:** 3 **DE** 11

N° UNIDAD TEMÁTICA: I **NOMBRE:** Panorama General de los Planes de Negocios Internacionales.

UNIDAD DE COMPETENCIA

Identifica la importancia del desarrollo de un plan de negocios como detonador en el crecimiento de la empresa en un ambiente global.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
1.1	Antecedentes	1.0			1B
1.2	Qué es un Plan de Negocios	2.0			3B 5B
1.3	Por qué es necesario elaborar un Plan de Negocios	2.0			
1.4	Metodologías para la elaboración de un Proyecto de Comercio Exterior o Plan de Negocios Internacionales	1.0			
Subtotales:		6.0			

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Búsqueda de información documental sobre los temas de la unidad. Posteriormente, redactar de manera individual un reporte con lo más relevante y las conclusiones sobre los conceptos investigados. El documento debe tener referencias de tres autores como mínimo.
- Elaboración de una línea del tiempo, que va de los orígenes a la Metodología para elaborar un Proyecto de Comercio Exterior o Plan de Negocios Internacionales. Debe incluir los antecedentes, el porqué de la necesidad de un plan y la metodología para elaborar un proyecto.
- Exposición por equipo de los resultados de la búsqueda de información documental y redactando con ello un ensayo, con apoyo de las TIC en la presentación de Power Point, que destaque en ella la línea del tiempo y el Plan de negocios internacional. Considerar: dominio del tema, veracidad de la información, capacidad de organización de la información y creatividad.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Reporte 40%
Emite juicios de valor, a partir de la descripción de los aspectos relevantes que sirven de marco teórico para la elaboración de un Plan de Negocios.
- Línea del tiempo. 20%
Organiza en secuencia lógica de la evolución y menciona el proceso para llevar un plan de negocios internacional.
- Ensayo y presentación. 40%
Argumenta los aspectos fundamentales para elaborar un Proyecto de Comercio.



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales. HOJA: 4 DE 11

N° UNIDAD TEMÁTICA: II NOMBRE: Análisis de la empresa.

UNIDAD DE COMPETENCIA

Analiza el entorno de una empresa a nivel internacional en el diseño de un plan de negocios.

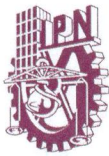
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS T A A Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
2.1	Constitución legal.	1.0		4.0	3B
2.2	Misión y visión empresarial.			3.0	4B
2.3	Antecedentes.	1.0		2.0	5B
2.4	Estructura administrativa.			1.0	
2.5	Políticas.			1.0	
2.6	Instalaciones y otros activos.				
2.7	Cobertura de riesgos.	1.0		1.0	
2.8	Tecnología.			1.0	
2.9	Cumplimiento de obligaciones.			1.0	
2.9.1	Jurídicas.			1.0	
2.9.2	Fiscales.				
2.10	Análisis FODA.			3.0	
Subtotales:		3.0		18.0	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Búsqueda de información documental sobre los temas de la unidad. Posteriormente, redactar un resumen, de manera individual, que incluya como mínimo 3 conceptos de diferentes autores de los temas tratados y que considere el desarrollo de las ideas principales y las conclusiones sobre los conceptos investigados.
- Realización por equipos de la práctica No. 1 "Análisis situacional de la empresa". Que consiste en identificar los elementos en la constitución y analizar el entorno de la empresa enmarcada en un ambiente global y la importancia del Plan de negocios en su crecimiento. Redactar un reporte, que incluya portada, índice, introducción, contenido del documento, conclusiones y fuentes de información.
- Exposición de los resultados de la práctica No. 1 "Análisis situacional de la empresa" En la que se considere el marco teórico referencial, el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema, en equipos de trabajo. Derivado de esto, redactar un ensayo.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Resumen. 30%
Integra la información relevante que sirva para el crecimiento de la empresa a nivel global.
- Reporte. 40%
Describe la constitución y los factores del entorno de una empresa enmarcada en un ambiente global para su crecimiento.
- Ensayo. 30%
Argumenta la organización de la empresa global.



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales. **HOJA:** 5 **DE** 11

N° UNIDAD TEMÁTICA: III		NOMBRE: Análisis del Producto/Servicio.			
UNIDAD DE COMPETENCIA					
Elige un producto o líneas de productos encaminados a su comercialización a nivel internacional en el diseño de un plan de negocios internacionales.					
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
3.1	Descripción.			2.0	1B
3.2	Proveedores.			1.0	2B
3.3	Subcontratación (outsourcing).				6C
3.4	Costos de producción. Programas de fomento: Immex,			4.0	
3.5	Prosec, Draw Back y Cuenta Aduanera.	2.0			
3.6	Activos fijos.			2.0	
3.7	Activos intangibles.			3.0	
	a) Patentes.				
	b) Marcas				
	c) Franquicias.				
	d) Licencias.				
	e) Copy Right				
3.8	Proceso productivo.	1.0		3.0	
3.9	Inventarios.				
3.10	Imagen.			1.0	
3.11	Envase y embalaje.				
3.12	Normas Oficiales.				
3.13	Investigación y desarrollo				
3.14	Control de calidad: ISO, HACCP, FDA, USDA y			2.0	
	Directivas (CEE)				
3.15	Respaldo al producto o servicio.				
Subtotales:		3.0		18.0	
ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE					
<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de información documental en medios electrónicos e impresos, de manera individual, sobre de los temas de la unidad. Redactar con ello una síntesis que incluya como mínimo 3 conceptos de diferentes autores, así como su referencia bibliográfica de libros especializados en los temas. Compilar la información y las conclusiones sobre los conceptos investigados. Realización por equipos de la práctica No. 2 "Análisis del producto/servicio". Que consiste en el desarrollo de la segunda parte del plan de negocios. Elegir un producto o línea de productos, aplicando los puntos tratados en la unidad temática. Considerar en el reporte introducción, desarrollo y conclusión, así como las fuentes de información. Exposición de los resultados de la práctica No. 2 "Análisis del producto/servicio" en equipos de trabajo. Considerar el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 					
EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES					
<ul style="list-style-type: none"> Síntesis Relaciona las líneas de productos viables para su comercialización internacional. Reporte escrito de la práctica No. 2. "Análisis del producto/servicio" Fundamenta la selección de un producto o línea de productos. Exposición de práctica No. 2 "Análisis del producto/servicio" Argumenta un plan de negocios para líneas de productos para su comercialización. 					30% 40% 30%

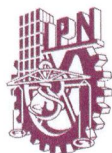


INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales **HOJA:** 6 **DE** 11

N° UNIDAD TEMÁTICA: IV		NOMBRE: Análisis y selección del mercado meta.			
UNIDAD DE COMPETENCIA					
Selecciona el mercado del producto o líneas de productos hacia su comercialización en el diseño de un plan de negocios internacionales.					
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
4.1	Descripción del termino industria.	1.0		2.0	2B
4.2	Participación nacional en la comercialización.			1.0	4B
4.3	Selección del mercado meta.			3.0	6C
4.4	Medición del mercado.			2.0	
4.4.1	Tamaño de mercado.			2.0	
4.4.2	Valor de mercado.				
4.5	Barreras arancelarias y no arancelarias.	1.0		1.0	
4.6	Segmentación de mercados.			1.0	
4.7	Precios, margen y distribución.			2.0	
4.8	Competencia.			1.0	
4.9	Modalidades de pago.				
4.10	INCOTERMS.	1.0		3.0	
4.11	Formalización legal de la compra venta.				
4.12	Logística.				
4.13	Mezcla de mercadotecnia y estrategias de penetración.				
4.14	Clientes potenciales.				
Subtotales:		3.0		18.0	
ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE					
<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de información documental en medios electrónicos e impresos, de manera individual sobre los temas de la unidad. Posteriormente, elaborar en equipos mapas conceptuales que incluyan conceptos de diferentes autores y sus referencias bibliográficas, acompañados de un resumen breve con introducción, desarrollo y conclusiones. Realización por equipos de la práctica No. 3 "Elección de mercado". Que consiste en la selección del mercado del producto o líneas de productos, mediante el desarrollo de la tercera etapa del plan de negocios; considerar la elaboración del informe. Exposición de los resultados de la práctica No. 3. Considerando originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. Redactando con ello un reporte en equipos de trabajo. 					
EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES					
<ul style="list-style-type: none"> Mapa conceptual y resumen breve. 30% Destaca los puntos relevantes de la comercialización de líneas o productos. Informe. 40% Fundamenta las características del mercado para la comercialización de los productos o líneas de productos. Exposición y reporte. 20% Sustenta la importancia de la selección de mercado en el Plan de Negocios Internacional. 					



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales **HOJA:** 7 **DE** 11

N° UNIDAD TEMÁTICA		NOMBRE: Análisis y evaluación financiera de un Plan de negocios.			
		UNIDAD DE COMPETENCIA			
Integra los recursos financieros en el Plan de Negocios Internacional hacia su realización como proyecto de comercialización.					
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
5.1	Información histórica financiera.	1.0		2.0	1B
5.2	Experiencia crediticia.			1.0	5B
5.3	Cifra relevantes.			1.0	8C
5.4	Comparativos.	1.0		2.0	
5.4.1	Ventas.				
5.4.2	Utilidades.				
5.4.3	Sueldos y salarios.				
5.4.4	Participación de mercado.				
5.4.5	Costos de producción.	1.0		2.0	
5.5	Proyecciones.				
5.5.1	Inflación.				
5.5.2	Producto Interno Bruto (PIB)				
5.5.3	Tasas de interés.				
5.5.4	Tipo de cambios.			2.0	
5.5.5	Costos de capital y oportunidad.			1.0	
5.6	Requerimientos de inversión.			2.0	
5.7	Fuentes de financiamiento.				
5.7.1	Internas y externas.			2.0	
5.8	Punto de equilibrio y margen de seguridad.			1.0	
5.9	Flujo de efectivo.				
5.10	Estados financieros.			2.0	
5.11	Plan financiero anual.				
5.12	Razones financieras.				
5.13	Valor Presente Neto (VPN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).				
5.14	Programa de desarrollo de proveedores.				
	Subtotales:	3.0		18.0	



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales

HOJA: 8

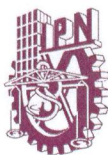
DE 11

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Búsqueda de información documental de manera individual de los temas de la unidad. Elaborar un cuadro sinóptico y una síntesis breve estructurada en introducción, desarrollo y conclusiones, que incluya mínimo tres referencias bibliográficas.
- Realización por equipos de la práctica No. 4 "Evaluación financiera". Que consiste en la obtención de recursos para la ejecución del proyecto de comercialización internacional, así como su aplicación. Debe integrar los resultados de las tres prácticas anteriores, redactar el Plan de Negocios Internacional, considerando la estrategia para su aplicación en la empresa seleccionada y la obtención de recursos financieros; incluir introducción, desarrollo y conclusiones.
- Desarrollo de un panel de expertos en el que presente una ponencia ejecutiva sobre el proceso llevado a cabo del inicio a la ejecución del proyecto de negocios internacional. Redactar el informe ejecutivo de la ponencia donde se considere originalidad, veracidad y dominio del tema y la propuesta.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Cuadro sinóptico y síntesis breve 20%
Compila la información relevante sobre la obtención de recursos financieros para el desarrollo de un proyecto de negocios internacional.
- Proyecto de Plan de Negocios Internacional. 50%
Elabora una propuesta de un Plan de Negocios Internacional de acuerdo al desarrollo de las etapas anteriores.
 - Informe ejecutivo. 30%
Plantea las estrategias empleadas en el proceso del proyecto de Negociación Internacional, destacando la obtención de los recursos financieros.



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales HOJA: 9 DE 11

RELACIÓN DE PRÁCTICAS

PRÁCTICA No.	NOMBRE DE LA PRÁCTICA	UNIDADES TEMÁTICAS	DURACIÓN	LUGAR DE REALIZACIÓN
1	"Análisis situacional de la empresa" (primera etapa del plan de negocios). Objetivo: Analizar la importancia de un plan de negocios en el crecimiento de la empresa en un ambiente global.	II	18.0	Empresa elegida por el docente o creada para tal fin.
2	"Análisis del producto/servicio" (segunda etapa del plan de negocios). Objetivo: Determinar la elección de un producto o líneas de productos encaminados a su comercialización a nivel internacional.	III	18.0	Empresa elegida por el docente o creada para tal fin.
3	"Elección de mercado" (tercera etapa del plan de negocios). Objetivo: Ubicar un mercado para la comercialización del producto o líneas de productos.	IV	18.0	Empresa elegida por el docente o creada para tal fin.
4	"Evaluación financiera" (cuarta etapa del plan de negocios). Objetivo: Presentar el proyecto de un Plan de Negocios Internacional tomando como base los recursos financieros.	V	18.0	Empresa elegida por el docente o creada para tal fin.
TOTAL DE HORAS			72.0	

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

Es necesario que el estudiante apruebe las prácticas para acreditar la Unidad de Aprendizaje. Los descriptores de evaluación de cada práctica están contenidos en las unidades temáticas correspondientes y los porcentajes de acreditación son los siguientes:

Práctica 1: 40%
Práctica 2: 40%
Práctica 3: 40%
Práctica 4: 50%



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Planes de negocios internacionales **HOJA:** 10 **DE** 11

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Unidad temática I. Panorama General de los Planes de Negocios Internacionales	10%
Unidad temática II. Análisis de la empresa.	20%
Unidad temática III. Análisis del producto / servicio.	20%
Unidad temática IV. Análisis y selección del mercado meta.	20%
Unidad temática V. Análisis y evaluación financiera.	30%

Esta Unidad de Aprendizaje puede acreditarse por:

- Evaluación de saberes previamente adquiridos, durante las primeras semanas, a partir del inicio del curso, se evaluará el dominio de las competencias mediante el desarrollo de un caso práctico sobre el diseño de un Plan de Negocios Internacionales para un producto/ servicio determinado.
- Cursarse en otras instituciones de educación superior nacionales o internacionales que tengan convenio con el IPN.
- Movilidad entre las Unidades Académicas de la ESCA de acuerdo a la capacidad de atención.
- Movilidad entre modalidades escolares de acuerdo a la capacidad de atención.

CLAVE	B	C	BIBLIOGRAFÍA
1	X		Alcaraz Rodríguez Rafael. <u>Emprendedor de éxito guía de planes de negocio</u> . Editorial McGraw-Hill. México 2006 ISBN 970-10-3082-6
2	X		Murcia Darío Jairo. <u>Proyectos, formulación y criterios de evaluación</u> . Editorial Alfaomega grupo editor. México 2009. ISBN:978-958-682-750-8
3	X		Stutely Richard. <u>Plan de negocios la estrategia inteligente</u> . Editorial Prentice Hall. México 2000. ISBN 970-17-0370-7
4	X		Torres Morales Virgilio. <u>Plan de marketing en la economía digital</u> . Editorial Perfiles mercadológicos S.A. de C.V. México 2005. ISBN 15679-9206/91-12-342
5	X		Westwood John. <u>Cómo crear un plan de marketing</u> . Editorial Sunday times. México 2001. ISBN 84-7432-858-6
			Páginas WEB (Consulta Enero de 2011):
6		X	http://www.promexico.gob.mx
7		X	http://www.aduanas.gob.mx
8		X	http://www.nafin.com



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 ADÉMICO: Licenciatura en Negocios Internacionales **NIIVEL:** V

ÁREA DE FORMACIÓN:	Institucional	Científica Básica	Profesional	Terminal y de Integración
---------------------------	---------------	-------------------	-------------	---------------------------

ACADEMIA: Comercialización Internacional. **UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Planes de negocios internacionales.

ESPECIALIDAD Y NIVEL ACADÉMICO REQUERIDO: Licenciado en Negocios Internacionales, en Administración, Relaciones Comerciales.

2. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Diseña un Plan de Negocios Internacionales sobre bienes y servicios extranjeros en la operación de exportación competitiva.

3. PERFIL DOCENTE:

CONOCIMIENTOS	EXPERIENCIA PROFESIONAL	HABILIDADES	ACTITUDES
En el área de comercio exterior. Del Modelo Educativo del I.P.N.	Experiencia de 5 años en la profesión y de 1 año mínimo en la docencia.	Facilidad de palabra. Buena dicción. Liderazgo. Análisis. Manejo de grupos. Manejo de estrategias didácticas de acuerdo al MEI. Construcción de relaciones comerciales.	Honestidad. Responsabilidad. Puntualidad. Dinamismo. Compromiso social. Tolerancia. Entusiasta. Respeto. Para la docencia.

ELABORÓ

LRC Víctor Manuel Maldonado Juárez
 LRC y CI Guadalupe Téllez Flores.
 Presidentes de Academias de Asignaturas Afines de Comercialización internacional de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

REVISÓ

M. en C. Nadina O. Valentín Kajatt
 M. en A. María Estela Casas Hernández
 Subdirectoras Académicas de la ESCA Unidades Santo Tomás y Tepepan.

AUTORIZÓ

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



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



FECHA: 2011

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